



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Facultad de Letras y Ciencias Humanas

Escuela Profesional de Comunicación Social

El flujo de trabajo en el área de producción y programación del canal de televisión comercial ANQA TV. Experiencia previa al lanzamiento oficial de la señal del nuevo canal 45 (febrero 2014 – octubre 2014)

INFORME PROFESIONAL

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación
Social**

AUTOR

Luis Michael CÁCERES VILLAFANE

ASESOR

Mg. José Ernesto VENTOCILLA MAESTRE

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Cáceres, L. (2018). *El flujo de trabajo en el área de producción y programación del canal de televisión comercial ANQATV. Experiencia previa al lanzamiento oficial de la señal del nuevo canal 45 (febrero 2014 – octubre 2014)*. [Informe profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

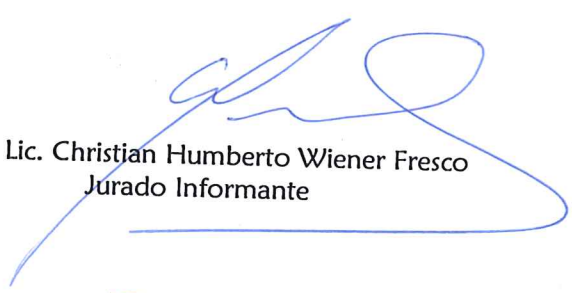
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los diecisiete días del mes de diciembre del dos mil dieciocho, siendo las 10:00 horas con la Presidencia de la Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón, los miembros del Jurado Calificador: Lic. Christian Humberto Wiener Fresco, Lic. Raúl Fernando Zevallos Ortiz y su asesor, el Mg. José Ernesto Ventocilla Maestre, se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: "EL FLUJO DE TRABAJO EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN COMERCIAL ANQA TV. EXPERIENCIA PREVIA AL LANZAMIENTO OFICIAL DE LA SEÑAL DEL NUEVO CANAL 45 (FEBRERO 2014 - OCTUBRE 2014)" que el bachiller CÁCERES VILLAFANE LUIS MICHAEL ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciado en Comunicación Social. La Presidenta del Jurado invitó al bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición, el bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.

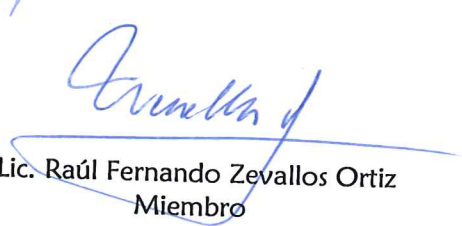
Terminada la exposición se procedió a la calificación, resultando aprobado como MUY BUENO con la calificación de DIECISÉIS (16).

La Presidenta manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título de Licenciado en Comunicación Social al bachiller CÁCERES VILLAFANE LUIS MICHAEL.

Siendo las 11:30 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.


Lic. Christian Humberto Wiener Fresco
Jurado Informante


Dra. Carolina Leonor Albornoz Falcón
Miembro/Presidenta


Lic. Raúl Fernando Zevallos Ortiz
Miembro


Mg. José Ernesto Ventocilla Maestre
Asesor

*A Isabel y Angélica,
Hasta ahora sigo aprendiendo de ustedes.*

*A Edgar,
Por la determinación en todo lo que haces.*

*A Karen,
Por lo caminado hasta ahora y por lo que nos espera.*

*A Kratos,
Porque fuiste el mejor compañero y por todos los “ruuuu” que me regalaste.*

*También a Christian, el ‘Oso’,
Que desde pregrado demostró ser el más ‘académico’ de todos.*

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	7
INTRODUCCIÓN.....	8
 CAPÍTULO I EL QUE HACER PROFESIONAL	
1.1 Identificación.....	10
1.2 Organización.....	11
1.3 Objetivos.....	12
1.4 Público objetivo.....	13
1.5 Estrategias de trabajo.....	14
1.6 Periodo de ejecución.....	14
 CAPÍTULO II LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN	
2.1 Descripción de la experiencia.....	15
2.2 Objeto de sistematización.....	16
2.3 Objetivos de la sistematización.....	16
2.4 Criterios de justificación.....	16
2.4.1 Validez.....	17
2.4.2 Aplicabilidad.....	17
2.4.3 Innovación.....	18
 CAPÍTULO III MARCO DE REFERENCIA DE LA SISTEMATIZACIÓN	
3.1 Formas de hacer televisión en el Perú.....	19
3.1.1 Televisión comercial.....	19
3.1.2 Televisión educativa.....	21
3.1.3 Televisión comunitaria.....	22
3.2 La producción de contenidos para televisión.....	23
3.2.1 Área de grabación.....	25
3.2.2 La sala de control.....	27
3.3 La programación en un canal de televisión convencional.....	30
3.3.1 Producción.....	31

3.3.2 Adquisición.....	31
3.3.3 Programación.....	31
3.3.4 Emisión.....	32
3.3.5 Promoción y comunicación.....	32
3.3.6 Investigación de audiencia.....	32
3.3.7 El perfil del programador.....	33
3.4 El editor de programación.....	34
3.5 El editor de promociones.....	34
3.6 El operador en control de estudio.....	34

CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

4.1 Del quehacer profesional, el objeto y los objetivos.....	36
4.2 Del marco de referencia o ejes temáticos.....	37
4.3 De los contextos y del análisis de la experiencia.....	38

CAPÍTULO V RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN

5.1 Nueva descripción.....	39
5.2 Los contextos de la experiencia.....	40
5.2.1 Contexto remoto: Tecnología y oferta televisiva local.....	42
5.2.2 Contexto institucional: Anqa TV el nuevo canal 45.....	48
5.3 Análisis de la experiencia.....	49
5.3.1 El área de producción y programación de Anqa TV.....	50
5.3.2 La experiencia profesional de un editor de programación en Anqa TV.....	57
5.3.3 El uso del TriCaster como switcher en el control de estudio de Anqa TV.....	66

CAPÍTULO VI BALANCE DE LA EXPERIENCIA

6.1 Lecciones aprendidas.....	70
6.2 Logros y avances.....	71
6.3 Problemas y tareas pendientes.....	72
6.4 Aportes.....	72

CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	76
ANEXOS.....	80
Anexo 1.....	81
Anexo 2.....	97
Anexo 3.....	104
Anexo 4.....	106
Anexo 5.....	108
Anexo 6.....	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Cuadro 1: Cobertura canal 45.....	13
Diagrama 1: Flujo de trabajo general Anqa TV.....	42
Diagrama 2: Espacio de trabajo.....	56

RESUMEN

El siguiente informe profesional explica el diseño y elaboración del flujo de trabajo del área de producción y programación del canal de televisión Anqa TV, antes de su relanzamiento oficial, un proyecto que se convirtió en la nueva cara del canal 45, experiencia que se dio en el año 2014.

El editor de programación de Anqa TV también asumió responsabilidades de producción, y por ello se diseñó un flujo especial de trabajo en el que los editores sumamos habilidades y conocimientos específicos sobre el uso de equipos híbridos para la producción audiovisual.

En ese contexto, se describen las funciones y herramientas que el profesional audiovisual administró para cumplir con las metas establecidas por la gerencia. Un modelo que podría ser replicado en otros emprendimientos audiovisuales.

INTRODUCCIÓN

El presente informe profesional titulado “El flujo de trabajo en el área de producción y programación del canal de televisión comercial Anqa TV. Experiencia previa al lanzamiento oficial de la señal del nuevo canal 45”, se realizó bajo una mirada retrospectiva y analítica de las funciones de un editor de programación de este canal de televisión ubicado en el distrito populoso de Villa El Salvador, en la región Lima.

Las estaciones de televisión más conocidas en el Perú han establecido la forma en cómo se estructura un canal, tomando en cuenta su organización y contenido. Es por ello que este informe toma como modelo uno de estos grandes canales y reconoce el flujo de trabajo interno para compararlo con el flujo de funciones que diseñó Anqa TV, el canal que nos sirve como objeto de estudio, y en el que desarrollé mi experiencia que es el objeto principal de este informe.

Obtener la data con referencias detalladas sobre el diseño y montaje de los flujos de trabajo internos de un canal de televisión, es importante en tanto se puedan reconocer aquellos procesos eficientes para la producción, las funciones capaces de resumir tareas, el ahorro de costos y la sustitución de tecnologías. En este momento, en el que vemos que la televisión digital ha favorecido la creación de nuevas ofertas televisivas, es cuando el abordaje de este tema se torna valioso, no solo para los profesionales de las comunicaciones sino también para los *broadcaster* locales.

Cabe señalar que la entrega de una descripción y análisis de los distintos momentos de una cadena productiva dentro de un canal de televisión local, y de las capacidades que debe desarrollar un comunicador audiovisual dentro de la programación de un canal, es importante para la formación de los estudiantes de producción audiovisual.

En primer lugar, este informe presenta el tema identificando el quehacer profesional; en este capítulo se contextualiza todas las actividades que son el objeto de nuestro informe, así como la organización en donde se desarrolló esta actividad. En el segundo capítulo se profundiza en el quehacer profesional, se explican los pormenores que justifican el desarrollo de este estudio, así como su aplicabilidad e innovación.

En el tercer capítulo se encuentra el marco teórico referencial sobre el cual se fundamentan las actividades que se describen en este informe profesional. Se explican los modelos de televisión que existen en el Perú: Educativa, comercial y comunitaria. Luego se detalla los elementos que existen dentro de la producción de programas o productos para la televisión. A continuación, se sigue con los elementos que interactúan dentro del área de programación de un canal de televisión y se finaliza con la descripción de las actividades de los editores de programación, los editores de promociones y el operador de control de estudio.

El capítulo cuatro hace referencia a la metodología utilizada para elaborar este informe y a continuación, el capítulo cinco desarrolla la sistematización del quehacer profesional en donde se explica la labor de un editor de programación en el canal de televisión Anqa TV.

El sexto y último capítulo es de las conclusiones. Aquí se identifican los aportes, logros, lecciones aprendidas y tareas pendientes.

CAPÍTULO I

EL QUEHACER PROFESIONAL

1.1 Identificación

Para describir el quehacer profesional, en esta experiencia particular, primero tenemos que definir e identificar las partes fundamentales que existen en la estructura de un canal de televisión: La producción y la programación. Esta definición se realiza a partir de las diferencias que existen entre las responsabilidades que se establecen dentro de estas dos áreas, son dos departamentos que trabajan en paralelo dentro de un canal de televisión comercial en nuestro país. Lo común es que estas dos áreas funcionen independientemente, con autonomía y responsabilidades particulares que permiten un mejor flujo de trabajo, y una clara identificación de funciones diferenciadas que cumple el personal que labora en ambas áreas.

En el canal Anqa TV estas dos áreas estaban fusionadas, lo que hacía que el flujo de trabajo se torne complejo, compartiendo responsabilidades de producción y programación, incluso absorbiendo la tarea de supervisar el trabajo de los encargados del sopote técnico.¹

En cuanto a las actividades de producción Anqa TV apostó por el contenido de carácter informativo y lo primero que decidió producir fueron los noticieros en tres franjas horarias: Noticiero matutino, informativo de medio día y la edición central de la noche. El personal del área de producción y programación tenía como responsabilidad la planificación, coordinación, supervisión, control de producción y la realización de estas tres emisiones en el set de televisión, en control de estudio y en control maestro. En lo que corresponde a mi experiencia específica, como parte del equipo de producción de este canal, me desempeñé como operador de control de estudio.

¹ ANEXO 1: "El área de producción y programación es como la cocina del canal". Entrevista a Luis Ramos, gerente de programación de Anqa TV.

En cuanto a las actividades de programación de Anqa TV, se construyó una parrilla de programación con el 75% de material “enlatado”², insumo que fue adquirido de productoras particulares peruanas y extranjeras. En tanto, el personal de esta área asumió el rol de evaluar y adquirir estos contenidos, de editarlos y post producirlos. Luego se procedió a elaborar sus respectivas promociones y por último se “ingestaron”³ todos los contenidos en el servidor general para su emisión final.

Mi experiencia profesional en este canal se basó en los roles que asumí como parte del equipo del área de producción y programación. Como editor de programación recibí la consigna de la creación de guiones, la edición y la post producción de las promociones de los programas que Anqa TV planeaba transmitir. Y como lo he mencionado antes, también asumí funciones de producción, como operador de control de estudio durante el noticiero central de la noche.

1.2 Organización

Anqa TV es la nueva cara del que fue el canal 45 Villa TV. La historia de esta señal televisiva se remonta al año 1992, cuando el Centro de Comunicación Popular de Villa el Salvador (CECOPRODE)⁴ inició sus actividades en sus instalaciones en el distrito de Villa el Salvador. Villa TV, al ser un canal que utilizaba la frecuencia UHF, tenía una cobertura local que se limitaba solo al distrito de Villa el Salvador, y trabajaba bajo la modalidad de televisión educativa. A pesar de tener una buena época en la que desarrollaban varios contenidos, Villa TV no pudo sostenerse en el tiempo y los problemas internos hicieron que el canal no continúe transmitiendo.

²Los “enlatados” son los productos audiovisuales que se adquieren a una distribuidora. La compra de “enlatados” garantizan calidad de producción, costo accesible, disponibilidad inmediata y un gran catálogo de contenido variado para la programación del canal.

³“Ingestar” es un término que se usa para referirse a la acción de ingresar material audiovisual a la base de datos que alimenta la programación del canal.

⁴CECOPRODE es una asociación civil sin fines de lucro, propietaria de dos medios de comunicación, Radio Stereo Villa 102.5 FM y Canal 45 UHF Villa TV. Medios comprometidos con el desarrollo y fortalecimiento de la democracia.

En 2012 TV Cultura⁵, una ONG de contenidos audiovisuales fundada en 1986, decide formar una alianza con CECOPRODE para gestionar un nuevo canal, con un horizonte diferente.

En el 2013 se crea una nueva empresa con el nombre de Televisión Ciudadana SAC⁶ que es la que se encargó de relanzar la señal del canal 45 y de dirigir los nuevos rumbos de esta casa televisora. El primer paso fue realizar los trámites correspondientes en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, para obtener el permiso de incremento de la potencia de la señal, esto con el fin de tener una cobertura en todo el departamento de Lima. Así se empezaba a escribir la nueva historia de este canal que ahora adoptaba un corte de tipo comercial.

1.3 Objetivos

Anqa TV como un nuevo canal comercial de señal abierta nació con un objetivo claramente identificable: Ser sostenible y rentable en el tiempo.⁷ Como empresa era claro que lo primero que quería conseguir Anqa TV era enganchar al público y posicionarse para lograr el éxito que esta corporación se propuso desde el principio.

Como medio de comunicación, Anqa TV tomó en cuenta la valoración crítica hacia aquellos contenidos de entretenimiento, farándula, violencia, contenidos de escándalo, etc. que son catalogados como televisión basura⁸ y que deben ser moderados o arrancados de la televisión peruana. Frente a esa sensación de una parte de la audiencia, Anqa TV se planteó el reto de ofrecer un contenido variado y entretenido, pero que entregue un valor específico a la audiencia. Anqa TV decidió entregar un paquete televisivo de calidad.

⁵TV Cultura es una asociación de comunicadores sociales con la misión de contribuir al fortalecimiento de la identidad nacional, la democratización de las comunicaciones y la creación de redes de comunicación alternativa en favor de la sociedad.

⁶Televisión Ciudadana es la empresa que surge de la asociación de CECOPRODE, TV CULTURA y Media Development Investment Fund.

⁷ ANEXO 1: "El área de producción y programación es como la cocina del canal". Entrevista a Luis Ramos, gerente de programación de Anqa TV.

⁸Blog de Estudios Generales UPN, Universidad Privada del Norte. "Causa y Efecto de la Televisión Basura". 6 de diciembre 2016. <http://blogs.upn.edu.pe/estudios-generales/2015/09/28/causa-y-efecto-de-la-television-basura/> Consultado 1 de octubre 2017.

1.4 Público Objetivo

Anqa TV nació con la intención de competir y disputar parte de la audiencia ganada por los grandes canales comerciales de señal abierta.⁹

CUADRO 1: Cifras que refleja la población a la que iba dirigida la programación de Anqa TV.

COBERTURA CANAL 45 / HOGARES CON TV EN LIMA METROPOLITANA (En miles)					
ZONA	DISTRITO	HOGARES	HOGARES SIN CABLE	COBERTURA DESDE MORRO SOLAR	COBERTURA INICIAL ANQA TV
LIMA SUR	VILLA EL SALVADOR	102.7	53.55	100%	52.48
	VILLA MARÍA DEL TRIUNFO	108.1	56.36	100%	55.24
	SAN JUAN DE MIRAFLORES	97.1	43.28	100%	42.42
	CHORRILLOS	80.8	36.02	100%	35.3
LIMA ESTE	SAN JUAN DE LURIGANCHO	257.2	125.18	25%	30.67
	SANTA ANITA	56.1	24.09	80%	18.89
	EL AGUSTINO	47.7	20.49	50%	10.04
	ATE	148	63.56	25%	15.57
LIMA NORTE	SAN MARTÍN DE PORRES	145.2	55.19	50%	27.04
	COMAS	125.4	59.97	50%	29.38
	INDEPENDENCIA	61.2	23.26	40%	9.12
	RÍMAC	46	17.71	70%	12.15
	LOS OLIVOS	95.6	36.34	60%	21.37
CALLAO	CALLAO	233.2	98.71	81%	78.42
TOTAL		1,604.30	713.7		438.08
TOTAL PERSONAS (4 Personas por hogar)					1,796.10
*Población total en Lima: 9,600,000					

Autor: ANQA TV

Todos estos canales se disputan, en su mayoría, el 87% de hogares del país que sí ve televisión¹⁰. En este grupo el género se divide en una proporción de 60% femenino y 40% masculino por lo que Anqa TV preparó una programación orientada hacia el público femenino. Y dentro de este segmento se ubicó entre las edades entre 18 a 40 años.

⁹ ANEXO IV. Cifras del público objetivo de Anqa TV.

¹⁰ Instituto Nacional de Estadística e Informática. "De cada 100 hogares peruanos 87 ven televisión". 17 de agosto 2015.
<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/de-cada-100-hogares-peruanos-87-ven-television-8557/>
 Consultado 1 de Octubre 2017.

1.5 Estrategias de trabajo

Hay que destacar que, aunque la señal del canal 45 se estuvo emitiendo desde el año 1992, para el 2014, ya con el nombre de Anqa TV, con una nueva administración y todo un equipo humano diferente, llegó otra vez a las pantallas de los receptores como un nuevo canal (Una señal que intentó identificarse con su audiencia, utilizando el eslogan “Donde tú estás”). Este sería el primer factor que influyó en las estrategias del canal para lograr su rentabilidad y éxito en su público objetivo. Entonces Anqa TV era un canal que se enfrentaba por primera vez a un mercado que no conocía a profundidad.

El segundo factor que fue determinante para la planificación de la producción de Anqa TV fue la capacidad de inversión. El presupuesto limitado con que contaba influyó en todo el proceso de estructuración, instalación y desarrollo del canal. Fue un factor determinante para que las áreas de producción y programación se fusionaran en una sola, creando así un particular flujo de trabajo originado en esta casa televisora.

1.6 Periodo de ejecución

El tiempo en que se da la experiencia profesional que será sistematizada en este informe se ubica entre los momentos previos a la instalación del local, el espacio físico, en donde se ejecutaron las funciones de producción y programación de Anqa TV; hasta el período en que se da el acondicionamiento de espacios, reestructuraciones, y el establecimiento definitivo del flujo de trabajo óptimo para que las tareas requeridas por el área se cumplan correctamente y bajo los estándares requeridos. Específicamente se contempla abordar la temporada de febrero a octubre del 2014.

CAPÍTULO II

LA EXPERIENCIA OBJETO DE SISTEMATIZACIÓN

2.1 Descripción de la experiencia

Antes de concluir mis estudios en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, en agosto del 2008, inicié mi vínculo con la Asociación Peruana de Comunicadores Sociales TV Cultura. Esta asociación tenía tres proyectos audiovisuales en marcha y yo ingresé para pertenecer a uno de ellos, era el programa llamado Enlace Nacional¹¹, un noticiero regional que en ese año cumplía dos años informando sobre el acontecer que se desarrollaba en las principales provincias del país. Ingresé como asistente de realización y con el tiempo asumí la responsabilidad de la realización audiovisual y la edición de las notas periodísticas.

A mediados de 2013 TV Cultura inicia un nuevo proyecto en asociación con CECOPRODE llamado Televiva, se trataba del relanzamiento del canal 45, pero posteriormente, en 2014, esa identidad cambiaría y se lanzaría bajo la señal de prueba con el nombre de Anqa TV.

En la etapa previa a la instalación del canal el gerente de programación, Luis Ramos, inició el reclutamiento de su equipo de trabajo y fue en esa etapa que me contactó para pertenecer a este nuevo canal. Pasé a formar parte del grupo de ocho editores de programación que el área necesitaba para establecer nuestra primera parrilla de programación. En Anqa TV mis labores iniciaron en febrero de 2014 y concluyeron en octubre de ese mismo año.

Como editor de programación en el área de producción y programación de Anqa TV tuve participación en la creación del particular flujo de trabajo¹² que se estableció en este canal. Un flujo de trabajo definido por las limitantes presupuestales

¹¹Enlace Nacional era un programa informativo que se emitía de lunes a viernes en más de 30 ciudades del Perú, con una agenda enfocada en la descentralización y la vigilancia ciudadana.

¹²Soto, B. GESTION.ORG. “¿Qué es el workflow o flujo de trabajo?” 2 de mayo 2012. <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/31586/la-eleccion-del-producto-en-el-marketing-multinivel/> Consultado 1 de octubre 2017.

y construido valiéndose de tecnologías alternativas e “híbridas”¹³ para lograr los objetivos de esta área.

2.2 Objeto de sistematización

Describir y evaluar el flujo de trabajo que se estableció en el área de producción y programación del canal de televisión Anqa TV antes del lanzamiento oficial de su señal.

2.3 Objetivos de la sistematización

- Conocer el panorama actual de la televisión comercial en el Perú.
- Describir los procesos de producción de un canal comercial.
- Describir los procesos de programación de un canal comercial.
- Analizar el flujo de trabajo que diseñó el área de producción y programación del canal de televisión Anqa TV.

2.4 Criterios de justificación

Los canales comerciales de señal abierta son claramente reconocidos por la audiencia nacional, los más importantes tienen varias décadas de funcionamiento y trabajan bajo una visión de conglomerado agrupando más de un canal. En el negocio de la televisión peruana intervienen protagonistas con una gran capacidad de inversión y por lo tanto su infraestructura está acondicionada para facilitar adecuados flujos y rutinas de trabajo en cada una de sus áreas constituidas.

Anqa TV inició su proyecto con una inversión limitada y se aventuró a ofrecer un canal que estuviera en la capacidad de operar bajo los estándares de calidad que la televisión de hoy requiere. El caso particular de Anqa TV radicó en el flujo de trabajo

¹³En este caso las tecnologías híbridas hacen referencia a las que mezclan equipo propiamente de video con equipos de cómputo.

que se diseñó para el área de producción y programación de este canal. Un área que unificó funciones, y para esto estableció etapas de capacitación en el uso de equipos híbridos de televisión y software especializados. Anqa TV utilizó equipos diseñados y optimizados para hacer televisión por internet, sin embargo, también tenían la capacidad de transmitir analógica y digitalmente. A la vez cumplió con todos los objetivos que se propuso como área, desde la realización y emisión de contenido propio, la elaboración de la parrilla de programación y su respectiva autopromoción.

2.4.1 Validez

Con la transición a la televisión digital muchos canales nuevos han empezado a emitir su señal utilizando esta plataforma, algunos usan la tecnología híbrida de los productos de TriCaster¹⁴, que no son equipos de tecnología pura de video sino que incluye el uso de software y la tecnología PC de Microsoft. El uso de estas tecnologías es determinante en el diseño de un flujo especial de trabajo que permita la interacción de todos los procesos de producción del área implicada. Anqa TV, además de usar estas tecnologías, fusionó el área de producción con el área de programación y desarrolló un flujo de trabajo que permitió que estas áreas fusionadas cumplieran con los objetivos planteados por el directorio.

2.4.2 Aplicabilidad

La sistematización de esta experiencia como editor de programación que desarrolló funciones bajo un flujo de trabajo que vincula las actividades de las áreas de producción y programación dará una respuesta a la posibilidad de replicar este modelo en otros canales de televisión emergentes y con capacidad de inversión limitada. Además, se podrían destacar aspectos profesionales que un editor de programación debe desarrollar y potenciar para desenvolverse bajo un flujo de trabajo similar al que estableció Anqa TV.

¹⁴TriCaster es un sistema de producción multicámara diseñada para realizar transmisiones por internet con una calidad similar a las que consiguen los switchers de las cadenas de televisión.

2.4.3 Innovación

Este informe encuentra valor en tanto que el diseño de flujo de trabajo del área de producción y programación de Anqa TV le permitió al área cumplir con los objetivos asignados por el canal. De esta manera el área superó las dificultades de inversión que no le permitieron equiparse como un canal comercial convencional.

También permitirá conocer cómo funcionan las áreas de producción y programación de un canal de televisión que inicia su aventura en este negocio. Además, aporta al conocimiento de las tecnologías que existen y las que se pueden adoptar para lograr producir y armar una programación con cierto estándar de calidad en un contexto en el que la televisión se encuentra en una transición hacia la digitalización de la señal.

CAPÍTULO III

MARCO DE REFERENCIA DE LA SISTEMATIZACIÓN

3.1 Formas de hacer televisión en el Perú

Para ubicar a Anqa TV dentro del panorama televisivo local debemos identificar, primero, las variantes que existen para hacer televisión en el Perú. La ley otorga licencias para desarrollar tres tipos de empresas televisivas: Televisión comercial, televisión educativa y televisión comunitaria. Estos tres modelos existentes en nuestro mercado televisivo guardan marcadas diferencias entre sí, desde las líneas que rigen su constitución hasta el público al cual va dirigida su parrilla de programación.

3.1.1 Televisión comercial

Llega al Perú en diciembre de 1958 cuando la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. funda el canal 4¹⁵. Ya desde sus inicios la programación de la televisión comercial se caracterizaba por presentar contenidos para la recreación y entretenimiento de la audiencia.

La ciudad de Lima concentra los canales comerciales más importantes, entre los que actualmente destacan Latina (canal 2), América (Canal 4), Panamericana (canal 5), TV Perú (canal 7), ATV (canal 9) y Red Global (canal 13). Salvo TV Perú los demás canales han elaborado una programación que sigue un formato muy parecido: inician las mañanas con noticieros, luego telenovelas, series o programas de farándula dirigidos a un público femenino, a mediodía una edición informativa de una hora, continúan con novelas o shows de farándula, en la tarde programas juveniles de competencia, novelas, y cierran con shows noticiosos.

La ley se refiere a este tipo de televisión como Servicios de Radiodifusión Comercial y son *“aquellos cuya programación está destinada al entretenimiento y*

¹⁵ARKIV. “Cronología de la Televisión Peruana (1939-2005)”. 3 de diciembre 2011. <http://www.arkivperu.com/cronologia-de-la-television-peruana/> Consultado 1 de octubre 2017.

*recreación del público, así como a abordar temas informativos, noticiosos y de orientación a la comunidad, dentro del marco de los fines y principios que orientan el servicio.*¹⁶

Para el 2014, año en que se planificó el relanzamiento del canal 45, la televisión local, es decir las televisoras de señal abierta, además de contar con la competencia directa de la televisión por cable, también veía disminuida su audiencia por la creciente industria del entretenimiento a través de internet, vale decir, las redes sociales, entre las que destaca el portal de videos Youtube. Se ha podido observar que este comportamiento se acentúa a medida que pasan los años.

Según cifras obtenidas en el 2017 por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, para el año 2013 el 60% de los hogares contaba con una suscripción por cable, en el 2017 esta cifra llegó al 65%. En cuanto al acceso a Internet también hubo un incremento considerable, en el 2013 el 42% de los hogares contaba con internet en casa, y para el 2017 llegó al 52%, a esto hay que sumarle el sorprendente porcentaje de personas que posee un celular multimedia, el 69% de la población cuenta con este dispositivo que le permite acceder a la oferta ilimitada que brinda la Internet.¹⁷

Y para terminar de mostrar el panorama de lo que viene ocurriendo con la audiencia en su relación a la televisión de señal abierta y el internet, se advierte que en el 2013 un 49% creía que la televisión sí entretenía, mientras el 13% pensaba lo mismo con respecto a internet. Sin embargo en el 2017 las personas que preferían la televisión como medio de entretenimiento se redujo hasta llegar al 25%, en cambio los puntos porcentuales correspondientes a internet escalaron hasta 25%.¹⁸

Esta notable reducción de la audiencia de la televisión comercial de señal abierta ha marcado la pauta de la oferta televisiva hacia un pequeño grupo de formatos, entre los que destacan los programas noticiosos, *realitys*, programas de espectáculos y novelas, que son los contenidos con mayor audiencia.¹⁹ Es por ello que los canales han

¹⁶ Ley de Radio y Televisión. Ley N° 28278. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú. 23 de junio 2004.

¹⁷ CONCORTV. Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Enero 2018.

¹⁸ CONCORTV. Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Enero 2018.

¹⁹ CONCORTV. Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Enero 2018.

orientado su programación en función de esta audiencia, tomando en cuenta el público, el día y la hora en que se emiten los programas.²⁰

3.1.2 Televisión educativa

Según la estadística que ofrece ConcorTV²¹ (Consejo Consultivo de Radio y Televisión) el 41% de estaciones de televisión en el Perú están orientadas a realizar televisión educativa. En la mayoría de casos son las universidades o instituciones educativas estatales o privadas las que administran sus propios canales de televisión con una programación que según la ley debería estar *“destinada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como a la formación integral de las personas.”*²²

Según Aguaded, Sánchez y Marín, al vincular televisión con universidad encontramos dos formas de hacerlo. La primera es la que está hecha por estudiantes y profesores con el objetivo de desarrollar las habilidades de los universitarios en el oficio de hacer televisión. La segunda forma en que se realiza se relaciona a la programación, el canal elabora una parrilla dando prioridad a los contenidos que servirán para nutrir de conocimientos al alumnado (Aguaded Gómez, Sánchez Carrero, & Marín Díaz).

Los casos más conocidos que ofrece la oferta televisiva educativa están encabezados por TV Perú, el canal del Estado que ofrece una programación variada pero con el objetivo de ofrecer contenido útil y de calidad a su audiencia.²³ Le siguen los canales de las universidades más emblemáticas: el canal de la Universidad San Martín de Porres y USIL TV de la Universidad San Ignacio de Loyola.

Para el 2018 TV Perú renovó su programación ofreciendo contenido elaborado con la finalidad de alcanzar a todas las audiencias posibles en el territorio nacional. En

²⁰ Carpio, Santiago. *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Universidad de Ciencias Aplicadas. Lima. Julio 2012. (Pág. 54).

²¹ CONCORTV es un órgano autónomo adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, que busca promover las buenas prácticas en la radio y televisión peruana.

²² Ley de Radio y Televisión. Ley N° 28278. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú. 23 de junio 2004.

²³ ANEXO II. “Los retos están en cómo crear más vínculos con la gente”. Entrevista a Ángela Delgado, gerente de televisión del IRTP.

diciembre del 2016 se estrenó el noticiero Ñuqanchik, un informativo producido íntegramente en quechua, esta iniciativa obtuvo varios reconocimientos, entre ellos, dos premios de Creatividad Empresarial en las categorías de Cultura y Comunicación Innovadora.²⁴ La estupenda acogida de estos formatos llevó a la presidencia del canal a dirigir esfuerzos para producir informativos Jiwasanaka, en aimara, y Ashi Añane, en Ashaninka.

Estos programas y el lanzamiento del canal IPe es la nueva propuesta que tiene TV Perú para atender a la variada audiencia nacional. Una oferta televisiva que ha logrado satisfacer al público, pues 61% de televidentes califica su programación como buena. El 72 % está de acuerdo con que TV Perú recoge todas las voces del Perú, de la misma manera el 74% concuerda con encontrar programas de calidad, entretenidos e informativos en el canal del Estado. Sin embargo un 59% coincide en que este canal es un vocero del gobierno de turno.²⁵ Un tema que la administración del canal debe trabajar más para garantizar su independencia y asegurar su imagen de televisión pública.

A enero del 2017 el Consejo Consultivo de Radio y Televisión contabilizó 630 estaciones de televisión educativa operando en todo el Perú.²⁶

3.1.3 Televisión comunitaria

La ley de radio y televisión cataloga a las instituciones que hacen televisión comunitaria como las que *“están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.”*²⁷

²⁴ El Comercio. “Ñuqanchik”, una lección de integración. 6 de agosto 2018. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/nuqanchik-leccion-integracion-noticia-543542> Consultado 15 de noviembre 2018.

²⁵ CONCORTV. Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo. Enero 2018.

²⁶ CONCORTV. Estadísticas de las Radio y Televisión en el Perú 2017. Abril 2018.

²⁷ Ley de Radio y Televisión. Ley N° 28278. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú. 23 de junio 2004.

Los estudios sobre este tipo de televisión son prácticamente nulos. El 2014, año que se pretendía reestrenar el canal 45, la estadística realizada por ConcorTV, revelaba que de las 4975 empresas de radio y televisión en el Perú sólo existía una radio comunitaria en la región de Lambayeque.²⁸ En el 2017 un nuevo estudio demostraba el incremento de las radios comunitarias. 17 radios comunitarias ubicadas en las regiones de Amazonas, Cajamarca, Lambayeque, Lima, Loreto, Piura, San Martín y Áncash. En esta última región además se instalaron dos estaciones de televisión comunitaria.²⁹

CECOPRODE administraba el canal de televisión comunitaria Villa TV, que nació para estar al servicio del distrito de Villa el Salvador. Esta línea de producción dirigida a las comunidades del cono sur, dio por finalizadas sus actividades a finales de 2013. El siguiente paso fue convertirse en Anqa TV, el nuevo canal de Villa el Salvador que se proponía hacer una televisión comercial que cumpliera con brindar contenidos útiles, educativos y culturales con altos estándares de calidad.

3.2 La producción de contenidos para televisión

Gerald Millerson concluye en su *Realización y Producción para Televisión* que las condiciones actuales de la producción televisiva han cambiado notablemente haciendo las labores de los operadores más sencillas. Los equipos que se utilizan hoy en día son menos complejos y requieren de profesionales más versátiles que especialistas.³⁰

Pero si hablamos de televisión en vivo notaremos que la alta preparación de los profesionales que intervienen en la realización del programa se complementa con la capacidad de trabajo en equipo que debe existir en todo staff de producción. No pueden existir errores, por lo tanto los flujos de trabajo en cada espacio de producción tienen que estar bien definidos y funcionar correctamente.³¹

²⁸ CONCOR TV. Estadísticas de las Radio y Televisión en el Perú 2014. Marzo 2014.

²⁹ CONCOR TV. Estadísticas de las Radio y Televisión en el Perú 2017. Abril 2018.

³⁰ Millerson, Gerald. "Realización y producción en televisión". Ediciones Omega. Barcelona. 2009. (Pág. 3).

³¹ ANEXO III. "La mesa de informaciones es como un único estómago, del que se nutren todos los noticieros". Entrevista a Elmer Olortegui, gerente de prensa de TV Perú.

Los sistemas de producción se adaptan al tipo de contenido que se realiza. Para el caso de este informe nos interesa ver los procesos que intervienen en la producción de noticieros. La realización de informativos era la única producción propia de Anqa TV y también fue un factor importante para la creación del flujo de trabajo del área de producción y programación de Anqa TV.

La producción de informativos mantiene una estructura común, este formato casi siempre se realiza en directo desde el estudio de grabaciones instalado en el canal. Se utiliza una mesa de conducción, una escenografía acorde al perfil del noticiero, uno o dos presentadores que intercalan sus intervenciones de acuerdo a la pauta del programa, cámaras, teleprompters, luces, micrófonos, retornos, etc.

La mecánica es dar pase a las notas y reportajes que se han realizado antes de la emisión del noticiero, se utiliza material propio, material compartido por otras fuentes informativas, gráficos, internet, redes sociales, también suele usarse el formato de la entrevista, enlaces en vivo desde el lugar en donde se desarrolla la noticia, y se monitorea los acontecimientos importantes que pueden aparecer durante la emisión del noticiero. La rutina informativa³² aplicada por el área de prensa se encargará de pulir sus propios flujos de trabajo en cada fase de la producción de las noticias.

En la cadena de producción de un noticiero el eslabón concerniente a los contenidos le pertenece al área de prensa. Son ellos los encargados de alimentar las horas de los noticieros con los reportes que los periodistas consiguen en las calles.

Otra parte importante en la cadena de producción de un noticiero es la parte audiovisual y técnica. Es la que finalmente se encarga de montar todos los contenidos que se producen para que lleguen a las pantallas de los televidentes. Ésta es responsabilidad de las áreas de producción, unidad técnica y de programación de un canal.

³² ALSINA, Miquel Rodrigo, La construcción de la noticia. Paidós Comunicación. Barcelona, España. 1989. (Pág. 125). Alsina sostiene que la rutina informativa permite al periodista reconocer las noticias en secuencia, y utilizarlas cuando tenga que enfrentarse a una noticia súbita.

Así vemos que las tareas ajenas al área de prensa se desarrollan en el set de televisión, en el control de estudio y el área de control maestro. El área de prensa asume una labor de supervisión que comparte con los responsables de los jefes de estos espacios de trabajo. A continuación describiremos estos espacios y las tareas que se realizan en cada uno de ellos.

3.2.1 Área de grabación

También conocido como set de grabación o plató, es el lugar en donde se ha acondicionado, previamente, el decorado y material técnico que se requiere para los fines del programa. En su mayoría, los sets de televisión están usualmente aislados de elementos ajenos y contaminantes para el correcto desarrollo del programa, luz natural, sonidos ambientales y campos magnéticos. El set de televisión debe tener el espacio suficiente para contener todos los equipos de sonido, fílmicos, electrónicos y logísticos que se instalan en este escenario.

- Escenografía

Por lo general es fija, pero hay ocasiones en que, dependiendo de la estructura del programa y del espacio que tenga el set, se puede modificar para ciertos segmentos. El diseño de la escenografía suele hacerse pensando en la ubicación de las cámaras, el campo visual necesario, el espacio suficiente para los conductores que son necesarios para el programa, la ubicación de las fuentes de luz sin interponerse en el encuadre, también debe permitir movimientos de cámara y de soportes de cámara como grúas, plumas, *dolly*, *steadycam*, etc. En algunos casos la escenografía se diseña con iluminación propia que complementa y adorna el juego de luces finales.

- Panel de iluminación

También es un elemento fijo, se trata de una estructura metálica en forma de parrilla empotrada al techo del set que facilita la colocación de los diferentes tipos de fuentes lumínicas para la correcta iluminación de la escenografía y los presentadores del programa. En un panel de iluminación podemos encontrar luces frías y cálidas, de

diferentes potencias. Los más comunes son los *fresneles*, *scoops* y la iluminación led. El set debe tener como mínimo una iluminación básica que consiste en luces frontales y laterales para los conductores, luces de contorno también para los presentadores y luces para el fondo, en este caso la escenografía. Aunque cada una de estas luces puede ser manipulada individualmente, en un set de televisión se simplifican los procesos conectando todas estas luces a un control único conocido como *dimmer* de luz, desde donde se puede manipular el encendido y la potencia de cada fuente de iluminación.

- Cámaras de estudio

En el set de grabación se requiere como mínimo dos cámaras de estudio, de gran calidad, a las que se les añaden dispositivos complementarios para facilitar el trabajo de los operadores de cámara y también para los presentadores. Un factor que también determina la cantidad de cámaras es el número de presentadores que intervienen en la producción, cada una tiene a cargo realizar un plano y movimiento específico, para eso cuentan con la óptica y soporte adecuados. Por lo general se utilizan trípodes de estudio fijos y en ocasiones móviles para facilitar el desplazamiento en el estudio de grabación y para los movimientos de cámara que asigne el director. También es común ver en el estudio soportes como grúas, plumas, *dollys*³³, *steadycams*³⁴, etc. Las cámaras de estudio cuentan con un *telempromter*³⁵ instalado delante del lente de la cámara que facilita la lectura de las líneas que el presentador debe decir al aire, además cuentan con un juego de luces conocido como *tally* que sirve para que los presentadores sepan qué cámara está al aire. Las conexiones de estas cámaras hacia la sala de control se revisan siempre antes de cada jornada para asegurar que la sala de control reciba la señal de todas las cámaras del estudio de grabación.

- Sistema de audio

El sistema de audio instalado en el estudio de grabación no se limita a los micrófonos utilizados por los presentadores del programa. Este sistema abarca desde la fibra que forra al estudio de grabación y aísla de sonidos ajenos a la producción en curso, hasta la

³³ Sistema de soporte para cámaras de video. Equipado con ruedas para realizar movimientos limpios. Pueden ser de distintas dimensiones, según el tipo de grabación.

³⁴ Estabilizador de cámara. Equipado con un sistema de suspensión, un brazo, y un chaleco.

³⁵ Dispositivo que sirve para reflejar el texto de las noticias. Está equipado con un monitor y un cristal que se coloca delante de la cámara que enfoca al conductor del programa.

consola principal que controla todos los ingresos de audio de la grabación. El audio en cualquier producción audiovisual representa el 50% de la calidad del producto final³⁶ y es vital supervisar todas las conexiones que existen en el estudio de grabación. Los presentadores utilizan micrófonos pecheros, apuntadores³⁷, también conocidos como retorno, y en algunas ocasiones micrófonos de mano. Los operadores de piso en el estudio de grabación, llámese jefe de piso, asistentes de producción y otros operarios, utilizan sistemas de comunicación con sala de control, estas conexiones no deben interferir con los micrófonos que se usan para la emisión en vivo. Todos estos micrófonos existentes en el estudio de grabación llegan a la consola principal de audio y se mezclan con los audios que llegan de una conexión externa vía satélite, microondas, servidores internos con notas y piezas audiovisuales que se lanzan a la emisión en vivo.

3.2.2 La sala de control

Este espacio casi siempre está liderado por un realizador encargado de dirigir la grabación y emisión del programa en curso. En el caso de los programas noticiosos, el mando es asumido por el director del informativo, noticiero, o revista que produce el canal de televisión. La sala de control es la cabina de mando desde donde el director monitorea las distintas fuentes de sonido, video y gráfico que van a intervenir en el desarrollo del programa.

Sus órdenes llegan a todos los participantes de la grabación valiéndose de un sistema de comunicación interna conocida como *intercom*. Así, las instrucciones llegan a todos los técnicos que operan la sala de control, los presentadores o conductores del programa y los técnicos de piso.

Gerald Millerson identifica dos tipos de salas de control³⁸. Estos diseños pueden ser del tipo “en sala común”, en la que vemos todos los equipos necesarios en una

³⁶ Cine Digital. [Cinedigitaltv]. 25 febrero 2015. El audio el otro 50% de tu producción y rifa de Rode Microphones. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=265ZJve1E-o>

³⁷ Sistema de comunicación que consiste en un audífono para recibir indicaciones del director o de cualquier personal que se encuentre en Control de Estudio.

³⁸ Millerson, Gerald. “Realización y producción en televisión”. Ediciones Omega. Barcelona. 2009. (Pág. 22).

misma sala, y el otro tipo conocido como “sala compartimentada” la que tiene algunas divisiones más que la sala común.

- Control en sala común

Este diseño de sala de control se usa más en la realización de los programas noticiosos. En una misma sala convergen equipos y profesionales que van a interactuar desde el inicio de la grabación hasta finalizar el programa. La realización de noticieros es una actividad diaria y dividida hasta en tres tandas por jornada: noticiero matutino, de mediodía y la edición central, por ello es común usar este tipo de diseños en los noticieros, pues un solo ambiente favorece la comunicación fluida entre todos los profesionales que se encargan de la emisión del noticiero, dado que en plena emisión algún evento importante podría surgir y de esta forma alteraría la pauta, sin embargo la utilización de una sala común facilita las coordinaciones de último momento.

Se trata de una sala fusionada. En este espacio encontraremos al realizador o director del programa, al asistente o ayudante de realización, al ponchador, director de cámaras o mezclador de imágenes y al controlador de audio. Este espacio suele tener acceso a las incidencias en el estudio de grabación a través de unos cristales que a la vez aíslan a la sala del sonido que allí se produce.

- Control en sala compartimentada

Este diseño por lo general está dividido en tres espacios que agrupan todas las áreas de control para la realización del programa. Cada una está aislada una de la otra y la comunicación entre ellas se hace posible gracias al *intercom*. La principal ventaja de este modelo es que cada una de las sub áreas se concentre en su tarea sin distraerse con las actividades que realizan las otras. Cada una de las divisiones tiene personal que debe coordinar soluciones a los problemas que se les presentan y estas discusiones se resuelven sin que haya intervención de agentes ajenos al tema en discusión. Estas sub áreas son las siguientes:

- **Sala de control de realización**

Esta sala tiene casi la totalidad de equipos que hay en una sala del tipo común. Están los monitores que sirven para visualizar todas las fuentes de imagen y recursos similares y está provisto de altavoces que reproducen el sonido. Además del ayudante de realización o asistente de dirección, el mezclador de imágenes, están las conexiones de todos los puntos de la sala y las líneas de teléfono.

- **Sala de control de imagen**

Aquí se tiene el control de las fuentes de video, las fuentes de las cámaras, las fuentes de microondas, las diapositivas y la conexión a internet. En la actualidad muchos softwares se han beneficiado de los aplicativos de redes sociales para lanzar las interacciones de su audiencia en plena emisión del programa. Este equipo también puede ajustar la calidad de la imagen, y hacer correcciones de iluminación y resolución de imagen, vale decir que la consola de iluminación se ubica en este espacio y se opera en coordinación con el encargado de video.

- **Sala de control de audio**

Este espacio queda al mando de un especialista en sonido, conocido como operador de la consola de audio, técnico de audio o mezclador de audio. Es el encargado de administrar las fuentes sonoras, tanto del set de grabación como de archivo. El operador más que tener un buen oído debe tener pericia para prever situaciones y realizar sus operaciones con rapidez. Además de controlar las fuentes de micrófonos, discos, archivos digitales, cintas, o fuentes externas, también tiene que dirigir a sus operadores de audio que se encuentran en el set de grabación a través de su propio *intercom*.

Cabe destacar que la producción de un programa de televisión, cualquiera sea su tema, debe poner igual interés tanto en su producción de video como en su producción de audio. El 50% de la calidad se la debe al video y el otro 50% al audio. Ambos hacen que se realice y entregue un producto con un 100% de calidad final.

3.3 La programación en un canal de televisión convencional

Todo canal de televisión no solo es un medio de comunicación, es ante todo una empresa dedicada a la producción de contenidos y mensajes audiovisuales. La estructura de un canal de televisión está encabezada por la alta dirección, gerencias administrativas, jurídicas, operativas y otras más establecidas por políticas internas. Pero el motor de un canal de televisión es el área de programación. Dentro de la estructura del canal este departamento es el que se servirá de los recursos de la empresa para producir ingresos que sean capaces de generar una rentabilidad adecuada para la subsistencia en el medio.

La consigna del departamento de programación, según Edorta Arana, se divide en cuatro grandes premisas que son fundamentales para lograr la rentabilidad de un canal de televisión.³⁹

La primera premisa está relacionada con la responsabilidad de los programadores en crear contenido, ya sea a través de la producción o coproducción de programas. Se debe evaluar la oferta existente de programas para su adquisición respetando el perfil de los contenidos de la casa televisora. Estos dos puntos son fundamentales para la segunda premisa que está ligada al diseño y construcción de una parrilla de programación que identifique el perfil del canal y responda a las necesidades del público objetivo del mismo. Todo este contenido debe ser debidamente promocionado y presentado al público, para dar paso a la tercera premisa, que es la supervisión de su ejecución y evaluación de los resultados. Por ejemplo las lecturas del comportamiento de la audiencia a través del rating. Y Por último el área de programación debe ser responsable del uso de los recursos y presupuesto que están a su disposición.

Las áreas de programación tienen una estructura particular dependiendo del propio canal. Edorta Arana destaca seis subáreas⁴⁰ en las que se divide todo el trabajo que se realiza en programación: Producción, Adquisiciones, Programación, Emisión, Promociones y Comunicación e investigación de Audiencia.

³⁹ Arana, Edorta. Estrategias de programación televisiva. Editorial Síntesis. Madrid. 2011. (Pág. 83).

⁴⁰ Arana, Edorta. Estrategias de programación televisiva. Editorial Síntesis. Madrid. 2011. (Pág. 88).

3.3.1 Producción

Esta subárea se encarga de la realización de la producción propia del canal. Utiliza los activos del canal, gestiona los recursos del área, tanto humanos, técnicos y financieros de los que dispone el área para llevar a cabo la tarea de crear los distintos programas propios del canal. La mayoría de canales dividen sus producciones en programas informativos, deportivos, ficción, entretenimiento, cultural, documental, etc.

3.3.2 Adquisición

Aunque la inversión en producción propia sea muy alta no hay registros que prueben que un canal nacional haya logrado completar sus horas de programación con su propio contenido. La planificación de programación también debe servirse de catálogos de productoras ajenas que alimenten su parrilla de programación de acuerdo a las exigencias que su público objetivo pide. El responsable debe conocer los canales de comercialización, contratos y acuerdo de compra y retransmisión de los contenidos que se adquieren para el canal.

3.3.3 Programación

Aquí el programador tiene la tarea de elaborar la parrilla de programación valiéndose de todo el contenido que posee el canal, contenido propio, programas comprados (enlatados), publicidad y promociones que construyan la cadena de contenidos que serán emitidos en un horario determinado. El programador debe supervisar que todo el contenido emitido cumpla con las normativas audiovisuales y publicitarias, y debe asegurarse de cumplir con los contratos de emisión de contenidos y publicidad. Por último el responsable de la parrilla de programación debe vigilar que los contenidos sean los adecuados para el horario y edad del televidente.⁴¹

⁴¹ Gonzáles, Jorge. Televisión y comunicación, un enfoque teórico práctico. LONGMAN. México. 1994. (Pág. 35).

3.3.4 Emisión

Ligada directamente con el subárea de programación, la Emisión verifica el cumplimiento de todo el contenido de la parrilla de programación al detalle, en el momento de su transmisión, es por esto que interviene con sus procesos, ajustes y reajustes, momentos antes de la emisión y en simultáneo con ella. Su participación es determinante durante las transmisiones en vivo y eventos especiales que el canal desea destacar.

3.3.5 Promoción y Comunicación

Su principal labor es la autopromoción de los contenidos de los programas que transmite el canal. Sobre todo cuando se va a estrenar algún programa o se va a transmitir algún contenido especial. Es fundamental que las promociones estén listas para adelantar lo que viene en la programación y crear expectativa, el interés en el público objetivo. Otra función importante de esta subárea es la de entablar una relación con la audiencia, tratar de crear una comunicación directa y generar la fidelidad de esta.

3.3.6 Investigación de audiencia

Para iniciar con un plan de programación el departamento hace una evaluación de la audiencia, de su segmentación. Se miden los índices de aceptación de los programas en cada uno de los públicos a los que van dirigidos. Es importante esta investigación para saber qué y para quién se construye cada programa que emitirá la señal del canal. El conocimiento de los datos porcentuales sobre los gustos, deseos y aceptación de los programas se convierte en un arma poderosa a la hora de disputar ingresos de publicidad para el canal.

3.3.7 El perfil del programador

El programador debe desarrollar y reforzar ciertas características profesionales y personales que le ayudarán a desempeñarse en un área en la que se necesita un alto grado de planificación y liderazgo. Según Edorta Arana, un programador debe tener conocimientos geopolíticos, reconocer características sociodemográficas, políticas, culturales, las relativas al uso del tiempo libre, consumo de audiovisuales y la percepción que la audiencia tiene sobre la televisión. Debe conocer el mercado audiovisual, el sistema de compra y venta de productos audiovisuales, reconocer los elementos que llevan al éxito a un programa determinado, la legislación y las rutinas productivas aplicadas al mercado audiovisual, los procesos de trabajo, los distintos departamentos del canal y el personal que colabora y trabaja directamente con él. Además tiene que ser un buen administrador de los recursos que maneja.

El programador también debe estar en la capacidad de desarrollar proyectos audiovisuales para el canal, identificar y gestionar la compra de programas para la parrilla de programación, diseñar la parrilla de programación según los objetivos estratégicos que rigen el canal de televisión, negociar la logística vinculada a su área y planificar, realizar y analizar los resultados de la investigación de la audiencia.

En cuanto al perfil personal es importante que el programador sea capaz de mantener una relación fluida con los miembros de su departamento y con los demás departamentos del canal. Debe ser creativo a la hora de construir una parrilla de programación atractiva al televidente. Debe ser empático con sus colaboradores y también con las tendencias de los contenidos y gustos de la población. Por último el programador debe ser receptivo con los aportes que provengan de las áreas creativas, canales de información y departamento de ventas.⁴²

⁴² Arana, Edorta. Estrategias de programación televisiva. Editorial Síntesis. Madrid. 2011. (Pág. 90, 91 y 92).

3.4 El editor de programación

En algunos canales también es conocido como el editor de televisión. A él le llegan los masters de la programación, enlatados y todos los materiales audiovisuales que serán colocados en la parrilla. Su trabajo es adaptar estos contenidos al formato de la programación del canal, ubicar y empalmar los cortes comerciales, colocar claquetas de ingreso y salida a comerciales, corrección de *drops*, saltos, fallas de origen en las imágenes, nivelación de audios, censurar ciertos contenidos de acuerdo al horario en el que serán emitidos, y al final codificar los archivos para que el *playbox*⁴³ de control maestro pueda sistematizarlos para su emisión.

3.5 El editor de promociones

Se encarga de la edición de los contenidos promocionales de la programación del canal. Para realizar estas piezas audiovisuales el editor, en algunos casos, se vale de material enlatado, como las series y novelas compradas a las productoras de contenidos; en el caso de los contenidos producidos por el propio canal puede contar con el registro que se realiza exclusivamente para armar la promoción.

Este editor debe tener un perfil más desarrollado en las herramientas de edición y efectos visuales. Debe poseer una nutrida galería de *plugins* para conseguir efectos apropiados para cada promoción, de igual forma su biblioteca de audio debe ser capaz de musicalizar la gran cantidad de promociones que se elaboran cada semana.

3.6 El operador en control de estudio

Su trabajo se desarrolla y aprecia en tiempo real. El operador de control de estudio es el que orquesta la fluidez de planos durante una emisión en vivo. Asume el control de las cámaras del set de grabaciones, dirige a los operadores de las cámaras, dirige el ingreso del audio de los micrófonos a la señal en vivo. Trabaja junto a un técnico encargado de

⁴³ PlayBox Technology es una empresa que desarrolla tecnología para la emisión de contenido audiovisual. Sus productos son capaces de generar listas de programación y gráficas.

seleccionar y emitir los videos ingestados en el sistema, más conocido como *VTR*, para alternar entre imágenes de las cámaras del set con las grabaciones de reportajes o notas incluidas en la pauta del programa. El operador de control de estudio coordina también con el responsable de hacer los cortes, para dar pase a la publicidad y para retornar de ella, el operador de Control Maestro.

Este profesional trabaja, además, en forma directa con el director del programa, quien es el que elabora la pauta y define los tiempos de todo lo que se ve en la emisión, el operador de control de estudio se convierte en un ejecutante de la pauta del programa.

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA SISTEMATIZACIÓN

Seguimos una metodología descriptiva y comparativa. Por una parte dimos cuenta de la forma en que se desarrolla el flujo de trabajo del equipo humano que formó parte del área de producción y programación del canal Anqa TV, bajo el seguimiento de las funciones de un editor de programación que asume funciones tanto en la producción de contenido propio del canal como las funciones propias de la programación del canal.

Por otra parte, contrastando la realidad y la capacidad de otros medios televisivos con la realidad que se sistematiza en este informe se intenta rescatar las premisas teóricas sobre una forma alternativa de producir y programar para televisión tomando como ejemplo el caso de Anqa TV.

4.1 Del quehacer profesional, el objeto y los objetivos

Se dirigió la experiencia del quehacer profesional de un editor de programación de un canal de televisión con el fin de entender cuáles son las condiciones convencionales que rodean a un editor de programación en los canales comerciales convencionales. En el camino surge la necesidad de comprender el flujo de trabajo alternativo que aparece en Anqa TV.

Los estudios y análisis sobre los flujos de trabajo en el área de programación son casi inexistentes, por ello se optó por utilizar la entrevista a los que dirigen estas áreas en los canales de televisión de TV Perú y Anqa TV para que sean ellos mismos quienes expliquen cómo se desarrollan las actividades en sus respectivas áreas y se haga la comparación de dos sistemas de trabajo funcionales y diferentes a la vez.

El texto del investigador Arana Edorta, Estrategias sobre Programación, sirvió de base para entender la estructura de un canal de televisión y sobre todo el área de programación y sus flujos de trabajo desde una perspectiva global comparable con que se implementa en nuestro país.

Se optó por estudiar el flujo de trabajo del área de producción y programación de Anqa TV debido a que este conjunto de actividades construía un modelo de trabajo comparable al modelo existente en los otros canales comerciales que transmiten en el Perú.

La elección del objeto de estudio es ideal porque ha permitido observar la capacidad de un editor de programación para adicionar a sus actividades, algunas funciones de producción televisiva. Todo gracias al diseño del flujo de trabajo que Anqa TV implementó.

Esto nos abre interrogantes sobre el perfil de un editor de programación, las funciones de producción de un programa en vivo, las tecnologías alternativas que se utilizaron y que tuvieron que ser aprendidas para que la emisión en vivo cumpliera con los estándares de calidad, y el análisis de la operatividad de todo el flujo de trabajo en su conjunto.

4.2 Del marco de referencia o ejes temáticos

Los aspectos básicos de nuestro marco de referencia están referidos a todo lo investigado y estudiado sobre la producción en televisión comercial y las estrategias de programación en el mismo rubro. El campo de acción de este informe está incluido dentro del universo que contiene el mercado televisivo en el Perú.

Como primer eje temático se tomó en cuenta los antecedentes de la oferta televisiva en el Perú, el panorama de la televisión de señal abierta, su estructura y modelos.

El segundo eje gira en torno a las funciones de producción de un canal de televisión. El tercer eje comprende las funciones del área de programación de un canal de televisión. Y un cuarto eje tratará sobre las características que debe tener el personal de ambas áreas de trabajo.

4.3 De los contextos y del análisis de la experiencia

Para la identificación de los contextos se utilizó la información de las entrevistas brindadas por la gerencia de televisión del IRTP que nos facilitó el visionado del modelo de televisión comercial en la señal abierta. En cuanto al contexto próximo se contó con esquemas, organigramas, diseño de espacios e información de correos electrónicos que facilitan la comprensión de la institución en donde se desarrolló la experiencia.

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

5.1 Nueva descripción

Abordar como objeto de estudio al flujo de trabajo que se construyó en el área de producción y programación del canal de televisión comercial Anqa TV responde principalmente a dos puntos que se deben resaltar en el contexto de esta experiencia. El primero está relacionado con las condiciones que dieron origen a la creación de una nueva propuesta televisiva para la capital del país. Condiciones que definieron el rumbo de las operaciones, proyecciones y desarrollo de las actividades de este nuevo canal de televisión. El segundo punto está vinculado a la estructura física y organizacional que construyó Anqa TV para elaborar su oferta televisiva.

Aunque la migración a una televisión totalmente digitalizada está en pleno progreso, todavía hay una cantidad significativa de la población que solo tiene acceso a la televisión que emite la señal estándar, conocida también como analógica. Bajo esta premisa Anqa TV define su propuesta y establece su organización e infraestructura tomando como factores determinantes el presupuesto financiero para levantar el canal y la calidad e imagen a la que aspiraba Anqa TV.

Los grandes canales comerciales que todavía emiten en señal analógica llevan al aire por más de veinte años, y los más importantes ya superaron la barrera de los 50 años. Anqa TV, aunque utiliza la señal del canal 45, es un canal que no llega a los tres años de fundada. Como Anqa TV existen los casos de otros canales nuevos que han empezado a emitir pero en señal digital. Anqa TV emite en la señal analógica y esto responde a las estrategias de su organización. La empresa pensaba a futuro, se proyectaba a alcanzar al público insatisfecho con la oferta actual de la televisión y quería competir con los otros canales que también compartían la señal analógica.⁴⁴

⁴⁴ Señal analógica, también conocida como estándar. Hasta antes del 2010 los canales de señal abierta transmitían únicamente en señal analógica.

Anqa TV entonces apostó por la audiencia descontenta con los contenidos actuales y preparó un discurso televisivo⁴⁵ que claramente iba a concentrarse en temas sociales y de entretenimiento familiar. Buscaba rentabilizar con un presupuesto austero.

Los canales de televisión convencional en nuestro país tienen una organización ramificada, en la que cada gerencia asume responsabilidades específicas y donde podemos encontrar recursos suficientes para una producción a gran escala. La gerencia de televisión o programación se encarga de planificar la parrilla de programación, la gerencia técnica vela por el funcionamiento óptimo de los equipos, el área de edición se encarga de preparar las piezas audiovisuales que requiere cada programa, la gerencia de producción se encarga de la realización del contenido propio del canal, etc. Anqa TV decidió fusionar todas estas áreas en la gerencia de producción y programación. Esta gerencia asumía la responsabilidad de vincular el trabajo de programación, edición, promociones y producción del canal. Para asumir este reto diseñó un flujo especial de trabajo que cumpliera con las metas de cada equipo de trabajo en donde, claro, se centra mi experiencia profesional en Anqa TV.

5.2 Los contextos de la experiencia

Este informe profesional se desarrolla bajo un contexto remoto relacionado a los cambios tecnológicos en la transmisión de la señal de televisión⁴⁶ y sus efectos en la aparición de tecnologías alternativas, es decir equipos de video y tratamiento de imagen, que se adaptan a la señal de la televisión digital terrestre. También cuenta como contexto remoto la oferta televisiva de la televisión local que sirve como punto de partida para la elaboración de una propuesta diferente para la audiencia limeña.

Existen canales de televisión administrados por universidades, instituciones religiosas y los canales comerciales que son los más importantes y más grandes en el medio local. Es necesario conocer cómo se encuentra el panorama actual de la televisión

⁴⁵ Orza, Gustavo. Programación televisiva, un modelo de análisis instrumental. LA CRUJÍA ediciones. Argentina. 2002. (Pág. 34).

⁴⁶ La transición de la señal analógica a la televisión digital.

comercial. Desde la programación y contenidos que ofrecen, los públicos objetivos de estos y su tecnología.

En el contexto próximo, el contexto institucional, nos centraremos en los antecedentes del canal 45 y el origen de Anqa TV.

Empezaremos por una breve reseña sobre el canal 45 UHF, sus orígenes, su desarrollo y la última parte de su existencia como Villa TV. También tendremos una breve reseña sobre la historia de TV Cultura, sus orígenes, su trabajo y proyectos como ONG dedicada a producir contenidos audiovisuales y su gran paso hacia la televisión comercial.

Anqa TV tiene una historia que se empieza a escribir en el 2013, y el 2 de marzo de 2015 lanza su señal de forma oficial. El espacio temporal que se utiliza como tema de estudio comprende los momentos previos a la instalación del espacio físico que Anqa TV acondiciona en Villa El Salvador, la distribución de espacios, instalación de equipos, capacitación de personal, diseño de flujos de trabajo y reestructuración del flujo de trabajo que lograron que el área de producción y programación del canal esté completamente listo para el lanzamiento del canal.

transmisión de datos en aparatos móviles.⁴⁸ Este es el futuro del consumo de la información. El otro gran beneficio es la calidad de la imagen que logra transmitir la señal digital. Si antes contábamos con la señal NTSC⁴⁹ que contaba con 720x480 píxeles por cada cuadro o barrido que aparecía en nuestros receptores caseros, con la señal digital un televisor LED⁵⁰, por ejemplo, recibe 1280x720 píxeles por cuadro, es decir una mayor calidad de puntos que forman una imagen de mayor definición.

En el 2010 el Perú inicia de forma oficial sus transmisiones en señal digital.⁵¹ El ciudadano de a pie empezaba a adquirir televisores que además de ser “pantalla plana”, venía con un sintonizador de televisión digital integrado. Un dispositivo que servía para decodificar la nueva señal que empezaba a verse en los hogares peruanos. ATV sería el primer canal de señal abierta en utilizar los beneficios de la señal digital al transmitir de forma gratuita, y en HD, los partidos del mundial de fútbol Sudáfrica 2010.⁵² El televidente podía experimentar entonces una calidad de imagen mucho mejor que la que había visto por más de 5 décadas en la comodidad de su hogar.

La televisión digital intenta emular al cine y es por ello que utiliza dimensiones de 16:9, dieciséis unidades de ancho por nueve unidades de alto, o también se puede encontrar como 1.78:1,⁵³ donde para cada unidad de altura se encuentra una unidad punto setenta y siete de ancho. Este aspecto forma un rectángulo similar a la pantalla del écran que encontramos en los cines. Con la aparición de la televisión digital tenemos una visión panorámica de casi todos los encuadres gracias a su relación de aspecto de 16:9.

⁴⁸ BAM, banda ancha móvil. Ofrece una gran gama de frecuencias que permiten la conexión a internet móvil.

⁴⁹ Siglas de National Television System Committee. Es el sistema de televisión analógico que se empleó en América del Norte, América Central, varios países de América del Sur y Japón.

⁵⁰ Siglas de Light emitting diode. Tecnología de emisión de luz a través de diodos.

⁵¹ América economía. “Alan García asegura que la señal digital democratizará la televisión peruana”. 31 de marzo 2010. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/alan-garcia-asegura-que-la-senal-digital-democratizara-la-television-peruana> Consultado 7 de octubre 2017.

⁵² ATV. [hilmer542]. 5 de junio 2010. EL MUNDIAL SUD AFRICA 2010 SERA TRASMITIDO POR ATV HD. Recuperado de <https://youtu.be/HxXQBI1trQw>

⁵³ Zettl, Herbert. Manual de producción de televisión. CENGAGE Learning. México. 2009. (Pág. 63).

En cuanto al tipo de compresión que utiliza la televisión digital, después de muchas pruebas, se ha llegado a casi estandarizar el formato MPEG4⁵⁴ con código de compresión y descompresión (*códec*s) llamado H264⁵⁵. Este tipo de compresión es el equivalente al MPG-2⁵⁶ de la televisión analógica, por hacer una depuración mínima de datos y tener como resultado una imagen de gran calidad, ya que estamos trabajando con contenido en alta definición es necesario conservar la mayor cantidad de datos, aligerar el peso del archivo y mantener la calidad del mismo. Además, ya que estamos hablando de emitir en HD este códec también mantiene altos estándares de transmisión de datos.

El Perú, en el 2009, adoptó el sistema de televisión digital llamado ISDB-Tb (Integrated Services Digital Broadcasting)⁵⁷, un sistema creado por Japón para las transmisiones de radio y televisión digital. Lleva la “b” al final por Brasil, ya que en este país se le hicieron algunas adaptaciones para su aplicación en América.⁵⁸

Producir contenido para la televisión digital significa incrementar esfuerzos en la realización. La gran calidad de la alta definición obliga a poner especial atención en los detalles de realización, en la iluminación, escenografía, maquillaje, vestuario, etc. Es decir en toda la producción del producto audiovisual.

Los grandes canales han renovado sus equipos y tecnología, lo que significa destinar un presupuesto especial para lograr dar el salto a la televisión digital evitando el riesgo de perder su calidad y valiéndose, para ello, de equipos de televisión de última generación. Sin embargo los canales nuevos tienen la oportunidad de escoger entre estos equipos costosos o los nuevos equipos que la misma televisión digital se ha encargado de impulsar. La tecnología híbrida diseñada para televisión por internet (*streaming*)⁵⁹

⁵⁴ Moving Picture Experts Group 4. Es la nomenclatura que usa para cierto tipo de compresión digital de audio y video.

⁵⁵ Sistema de compresión de audio y video que utiliza la mitad del espacio que el MPG-2 ocupa en un disco duro.

⁵⁶ Moving Picture Expert Group 2. Sistema de compresión estándar y usada en discos SVCD y DVD.

⁵⁷ Integrated Services Digital Broadcasting, conjunto de normas creado en Japón para las transmisiones de radio y televisión digital.

⁵⁸ Cuando el sistema ISDBT llegó a Brasil hicieron algunas modificaciones que llamaron “Ginga”. Usaron la compresión MPEG4 en lugar del MPG-2 y aumentaron los cuadros de 15 a 30 por segundo.

⁵⁹ Transmisión de contenido multimedia, audio y video, a través de internet.

que bien puede utilizarse en la televisión convencional como lo hizo Anqa TV y lo hacen otros canales locales.

- **Tecnología híbrida**

La televisión digital terrestre nos abre las puertas a una televisión interactiva⁶⁰, a una televisión móvil, una televisión en la red que ya no solo tiene productores y consumidores sino “prosumidores”,⁶¹ un neologismo que utiliza Santiago Carpio para describir a los internautas que crean su propio contenido y forman comunidades con un mismo interés para retroalimentar sus contenidos y mejorarlos, de esta manera aumentan el número de seguidores, suscriptores, fans, o amigos en la red.

Para llegar a este nuevo tipo de audiencia la televisión tiene que modificar sus procesos y tecnología de producción. En este caso uno de los últimos filtros que tiene un *broadcaster*⁶² para elaborar sus contenidos es el control de estudio, el sistema donde se integra el video y audio que puede ser post producido en simultáneo en la propia emisión o en caso contrario ser llevado a otro momento para su corrección. Uno de los equipos más completos que existen en el mercado, capaz de integrar todo el sistema de producción, con una potencia adecuada para su emisión en vivo, ya sea televisión digital, televisión por internet, circuitos cerrados para eventos, instituciones, o conferencias es el *switcher* de producción integrado llamado TriCaster⁶³.

⁶⁰ Se denomina televisión interactiva cuando el televidente pasa a ser un elemento que escoge lo que quiere consumir. Y a través de elementos virtuales el emisor puede identificar los aspectos que prefiere su teleaudiencia.

⁶¹ Carpio, Santiago. *Arte y gestión de la producción audiovisual*. Universidad de Ciencias Aplicadas. Lima. Julio 2012. (Pág. 43).

⁶² Extranjerismo que se utiliza para referirse a los empresarios de las telecomunicaciones.

⁶³ *Switcher* creado por Newtek. Es un sistema multicámara creado para distintas necesidades, desde circuitos cerrados, *streaming*, hasta transmisiones de televisión.

Existen cinco modelos de switcher TriCaster que Newtek⁶⁴ tiene en el mercado:

- **TriCaster 40:** Utilizado para programas de video reducidos, con una pequeña cantidad de cámaras cercanas y algunos efectos sobresalientes agregados para mejorar su desempeño.
- **TriCaster 410:** Tiene capacidad para entregar *webcasts* y eventos de tamaño mediano con cámaras SDI⁶⁵ y gráficas de producción estilo televisión – transmisión en vivo, y capacidad de almacenamiento en la unidad.
- **Tricaster 460:** Especializado para capturar y producir espectáculos de escala moderada en cualquier lugar, con *b-roll* y pre-empaquetado, efectos atractivos para la vista y rápidas entregas de post-producción.
- **Tricaster 860:** Habilitado para transmitir contenidos de acción en vivo en tamaño completo, con una abundancia de ángulos, asistentes visuales, herramientas de publicación y cobertura que sirva a las grandes audiencias.
- **Tricaster 8000:** Ideal para la Integración de *broadcast*, cobertura masiva con múltiples cámaras o producciones de alta tecnología de cualquier tamaño, con gráficas y efectos de gran calidad.

Anqa TV invirtió en el modelo TriCaster 460. Esta se adquirió con la finalidad de operar al 100% las imágenes de los noticieros y a la vez interactuar en redes sociales gracias a su conexión a internet.

- **Oferta televisiva**

Si vemos la parrilla de programación de los demás canales comerciales llegaremos a la conclusión que todos siguen un mismo patrón de contenido en horarios de mayor concentración de audiencia, es decir en las horas en que la gente consume más televisión.

⁶⁴ Empresa dedicada a la fabricación de *hardware* y *software* para la producción y post producción audiovisual para computadoras.

⁶⁵ *Interfaz Digital Serial*. Es una interface de video digital que se utiliza para la transmisión de video sin compresión.

Todos los canales empiezan la parrilla de su programación diaria con noticieros que, en promedio, empiezan a las 6 de la mañana y terminan a las 9 de la mañana. Tres horas de programación con contenido noticioso. Por lo menos una de esas horas está destinada a la farándula y deportes. Lo que sigue son programas de chismes y más farándula que llegan hasta el mediodía. Pasando el mediodía la mayoría de los canales vuelve a lanzar un noticiero de una hora de duración para continuar con telenovelas o series hasta las 4 o 5 de la tarde donde los *realitys*⁶⁶ de competencia juvenil se apoderan de la sintonía. Cuando estos acaban dan pie al horario estelar de las 8 de la noche y los canales lanzan sus programas con mayor rating, que pueden ser una novela, una serie, un *reality*, etc. Hasta llegar al noticiero central de la noche que puede empezar a las 10 o a las 11 de la noche. Este patrón de programación se repite durante la semana y no ha variado en casi cinco años.

Es cierto que estos contenidos gozan de la aceptación de un gran número de audiencia, pero también hay cierto público que espera algo más, algo diferente en la oferta que la televisión comercial tiene para sus consumidores. A inicios de 2015 se realizaron varias marchas para pedir la censura de algunos programas que no respetaban el horario de protección al menor y para pedir más contenidos de índole utilitario y cultural⁶⁷.

Ante esta manifestación de una parte importante de la audiencia insatisfecha con la oferta actual de la televisión comercial, Anqa TV preparó una programación priorizando contenidos culturales, de entretenimiento de calidad, utilitario, noticioso y educativo, pero con una visión comercial en su parrilla de programación.

⁶⁶ León, Bienvenido. (2009). Telerrealidad, el mundo tras el cristal. Comunicación Social. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=a8dpptlyf3EC&pg=PA84&dq=formatos+televisivos+reality&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjcl_6U3eHWAhUDmJAKHURnAFQQ6AEIJDAA#v=onepage&q=formatos%20televisivos%20reality&f=false

⁶⁷ El Comercio. Marcha contra la TV basura: mira aquí todo lo que ocurrió. 27 de febrero 2015. <http://elcomercio.pe/lima/marcha-tv-basura-mira-ocurrio-337937> Consultado el 8 de Octubre de 2017.

5.2.2 Contexto institucional: Anqa TV el nuevo canal 45

El 2 de agosto de 1992 el canal 45 inició sus operaciones, siendo un canal de televisión bajo una modalidad educativa. La ONG CECOPRODE (Centro de Comunicación Popular de Villa el Salvador) estuvo a cargo de la dirección de este medio de comunicación. Esta ONG empezó a trabajar y promover la comunicación popular por más de cuatro décadas, a través de radio, de materiales educativos, talleres y en última instancia lo hizo a través de su canal de televisión conocida con el nombre comercial de Villa TV. Su cobertura se limitaba al distrito de Villa el Salvador, por esta razón sus equipos de transmisión, los estudios de grabación y las oficinas administrativas se ubicaron en el local que tienen en ese distrito.

Su producción televisiva consistía en shows variados, noticieros, programas culturales, programas que promovían la música popular, el folklore peruano, el deporte, el análisis crítico y valores. Siempre bajo el apoyo de financieras logrando mantener su programación por más de veinte años. En el 2013 Villa TV ingresa en una crisis que le impide continuar con su programación.

A su vez TV Cultura es una ONG de contenidos audiovisuales que se fundó en 1986. Esta institución, ante las dificultades de Villa TV para continuar manteniendo su señal, busca hacer una alianza con CECOPRODE para darle un nuevo rumbo al canal 45. Las gestiones comenzaron a cuajar a mediados de 2013 y se creó una nueva empresa que tomó las riendas del canal 45. La nueva empresa, producto de la nueva alianza, se llamó Televisión Ciudadana SAC, y lo primero que hacen es solicitar al Ministerio de Transportes y Comunicaciones una nueva autorización para que la emisión no solo se dé en la zona de Villa el Salvador sino también a nivel de todo Lima Metropolitana.

El canal 45 trabajaba bajo una frecuencia de UHF⁶⁸, que en comparación de la VHF⁶⁹ siempre ha tenido una capacidad de operación y un alcance limitado, por lo tanto las experiencias que se tienen de los canales de UHF son experiencias poco exitosas,

⁶⁸ *Ultra High Frequency*. Banda electromagnética que ocupa los rangos de frecuencia de 300 MHz a 3 GHz.

⁶⁹ *Very High Frequency*. Banda electromagnética que ocupa los rangos de frecuencia de 30 MHz a 300 MHz.

que por lo general han sido destinadas a canales con temática religiosa, educativa o musical, pero siempre con una capacidad limitada.

Anqa TV, aunque con el permiso para emitir en todo Lima Metropolitana, decidió operar desde Villa el Salvador dado que establecer una infraestructura para el funcionamiento del canal resultaba más económico en este distrito que en el Centro de la ciudad, además la ubicación facilitaba el envío de la señal hacia el morro solar.

Debido a la alianza previa con CECOPRODE, el nuevo canal 45 encontró facilidades para proveerse de los recursos humanos que cesaron labores en Villa TV. TV Cultura también contó con los profesionales que trabajaron en sus anteriores proyectos televisivos: Enlace Nacional, NAPA y Enlace Deportivo.

A finales de 2013 se obtuvo el registro del nombre en los registros públicos y el 2 de marzo de 2015 lanzaron su señal de forma oficial bajo el nombre comercial de Anqa TV.

5.3 Análisis de la experiencia

El análisis se llevará a cabo básicamente con entrevistas al gerente de producción y programación de Anqa TV, Luis Ramos, y la gerente de televisión del IRTP⁷⁰, Ángela Delgado, quienes se encargarán de analizar los flujos de trabajo, tareas, metas y desempeño del personal en el área respectiva.

Los aspectos a analizar serán la producción, coordinación, supervisión, realización y post producción de los contenidos producidos por Anqa TV y la capacitación del personal en el uso de tecnologías alternativas para hacer televisión. Esto en cuanto a la producción.

En cuanto a la programación se analizarán los momentos de evaluación de contenidos, adquisición de material audiovisual, elaboración de promociones y post producción de piezas audiovisuales.

⁷⁰ Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú. Es un organismo público encargado de administrar los medios del Estado: TV Perú, Radio Nacional del Perú y Radio La Crónica.

5.3.1 El área de producción y programación de Anqa TV

El quehacer profesional de un editor en el área de producción y programación de Anqa TV está definido por el flujo de trabajo que se diseñó para la interacción de estas dos áreas de operaciones. La gerencia de producción y programación también comprendía las áreas de edición de promociones y el área técnica. Sin embargo las tareas principales estaban divididas en:

- Edición de promociones.
- Edición de *reels*⁷¹ de los contenidos.
- Realización promociones que incluía la fase creativa, de corrección, edición y post producción.
- Elaboración de listas de programación.
- Trascodificación⁷² del master de los programas y optimización para la ingesta en control maestro.
- Selección de programas y películas para su emisión.
- Jefatura de piso, coordinación con control de estudio y los talentos en el set de grabación.
- Operadores de cámara.
- Operadores de luces.
- Operadores de audio.
- Operadores de control de estudio en TriCaster.

Para cada una de estas labores existían metas que se debía cumplir, plazos de capacitación, y la responsabilidad de asumir tareas de programación, promoción y producción de cada uno de los profesionales que trabajan bajo la gerencia de producción y programación de Anqa TV.

- **La programación de Anqa TV**

La propuesta televisiva que Anqa TV elaboró tuvo como base la promoción cultural, contenido educativo y utilitario para la audiencia, programas de entretenimiento como

⁷¹ *Video reel*, extranjerismo que se utiliza para nombrar a los videos resumen con fines publicitarios.

⁷² Conversión digital de video en donde se pierden datos tratando de mantener la calidad final.

las novelas, doramas⁷³, programas deportivos, documentales, películas y, como única producción propia, los noticieros, matutino, de mediodía y la edición central de la noche.

La búsqueda de programas para llenar la parrilla de programación de Anqa TV empezó con el apoyo de dos productoras latinoamericanas de contenidos audiovisuales: TAL⁷⁴ (Televisión América Latina) y la Fundación Albatros Media⁷⁵.

En el caso de TAL existen convenios entre los canales y productoras asociadas, TAL selecciona el contenido y hace una adaptación con subtítulos en portugués y español. Luego estos contenidos se difunden a través de las señales de los canales asociados a TAL. Es una red de comunicaciones que constantemente está creando contenidos, comparte su propia producción y a cambio reciben piezas audiovisuales provenientes de toda Latinoamérica. El gran inconveniente de este sistema de intercambio de contenidos es la calidad de la imagen. Cada productora realiza su producto audiovisual de acuerdo a las posibilidades técnicas que posee, lo cual puede derivar en una gran diferencia entre la calidad de su contenido y la calidad técnica de audio y video. Sin embargo es una excelente fuente de contenidos para construir una parrilla de programación.

En el caso de la Fundación Albatros Media también existe un convenio entre esta fundación y los canales de Latinoamérica interesados en transmitir sus contenidos. Trabajan bajo un esquema de distribución gratuita con el fin de llegar a la mayor cantidad de público posible en la región.

Anqa TV firmó convenios con ambas instituciones y con ello consiguió ubicar en su parrilla⁷⁶ de programación series documentales como Nuestra América y Al Natural, producidos en alta definición Full HD por la Fundación Albatros Media. TAL cuenta con una mayor cantidad de programas entre los que se escogieron los relacionados a la cultura, literatura, arte, música, economía, ecología y la producción de

⁷³ Nombre que reciben las series televisivas producidas en países asiáticos como Japón y Corea del Sur.

⁷⁴ Televisión América Latina es una red de intercambio y difusión de producción audiovisual que reúne a 20 países en América Latina.

⁷⁵ Fundación encargada de producir y distribuir gratuitamente contenido audiovisual educativo. Dirigida por el fotógrafo y documentalista Alejandro Balaguer.

⁷⁶ ANEXO V. Parrilla de programación de Anqa TV.

una telenovela de origen mexicana realizada en el 2011, con una extensión de 37 episodios que se transmitieron durante dos meses en la programación de Anqa TV. Todo el material proporcionado por TAL está disponible en calidad estándar (720x480).

Al ser programas de contenido libre brindan la posibilidad de programar repeticiones y así se pueden ocupar más horas de emisión en la parrilla diaria.

Siguiendo con la adquisición de enlatados se hizo la compra de tres telenovelas colombianas realizadas por la productora TeVecine⁷⁷: *Otra en mí*, producida en 1996 con una duración de 70 capítulos, lo que significó una cobertura de tres meses y medio en la parrilla de programación. *Tabú*, producida en 1999 con una duración de 154 capítulos que cubrieron ocho meses de programación. Y *A Dónde va Soledad*, producida en el año 2000 con una duración de 117 capítulos que ocuparon seis meses de programación.

Además de estas novelas se adquirieron también dos series colombianas. Una llamada *La Lectora* de 46 capítulos que se programó durante seis meses, y la serie *Noticias Calientes* de 36 capítulos que también cubrieron seis meses de programación.

Anqa TV apostó por los doramas como mecanismo para capturar la audiencia que sigue las producciones asiáticas. A la parrilla de programación se sumaron las series *Yo amo a Lee Taly* y *Amor Musical*, de 16 episodios cada uno que cubrían 4 meses de programación.

Se compraron tres enlatados nacionales. Uno de entretenimiento, entrevistas a las figuras de la farándula local, reportajes itinerantes de la actividad cultural y gastronómica de la capital, llamado *¿En qué Andas?* El segundo programa llamado *NAPA* (No apto para adultos), producido por TV Cultura y con un contenido de análisis coyuntural dirigido a los niños y adolescentes, y el tercer programa llamado *Abriendo Caminos*, también producido por TV Cultura, que consiste en sesiones de debates y conversaciones sobre las principales problemáticas de nuestra sociedad.

⁷⁷ Empresa de origen colombiano dedica a la producción de series y telenovelas.

Para complementar una programación pensada para el público femenino se colocaron tres programas gastronómicos: *La Cocina de la abuela*, programada de lunes a viernes; y los fines de semana se emitía *El Sabor de la Vida y Come Bien*.

Aunque un gran porcentaje de la programación estaba dirigida al público femenino también se le dio espacio a los contenidos deportivos dirigidos, en su mayoría al público masculino, por ello se compraron cuatro series deportivas a la productora de origen estadounidense Aurora Media Worldwide⁷⁸: *Entrenando Para Ganar*, *Recintos de Gloria*, *Yo Quiero Ser* y *Mucho más que un Juego*.

La única producción propia de Anqa TV incluida en su parrilla de programación fue *Anqa Noticias*. El noticiero del canal que se transmitía en tres horarios, en la mañana, a medio día y en la noche. La gerencia de prensa intervenía en la generación de contenido y en la construcción y dirección de la pauta; mientras que la producción y realización audiovisual estaba a cargo de la gerencia de producción y programación de Anqa TV.

- **La producción de Anqa TV**

La producción de Anqa TV era responsabilidad de dos gerencias, la gerencia de prensa y la gerencia de producción y programación. Ambas gerencias estaban a cargo de la realización del noticiero llamado *Anqa Noticias*.

Bajo la gerencia de producción y programación operó el set de grabaciones y la sala de control de estudio en un espacio acondicionado para la realización de un noticiero, con una escenografía preparada para tres presentadores; una parrilla de luces frías conectadas a una consola de luces; tres cámaras de estudio con sus respectivos trípodes y sistemas de dolly, además de una cámara instalada en una grúa; conexión de micrófonos pecheros de uso exclusivo para los presentadores de los noticieros; conexión de *intercom* tanto para el personal de piso como para los presentadores; y un monitor de referencia instalado en el set de grabación.

⁷⁸ Aurora Media Worldwide es una agencia productora que se encarga de producir contenidos audiovisuales relacionados al ámbito deportivo.

En la misma planta en donde funcionaba el set de grabación se acondicionó la sala de control de estudio, con un diseño de tipo *sala común*⁷⁹, en donde se instaló la consola de audio, el *switcher* de video TriCaster y el control maestro. Estas tres divisiones eran operadas por el personal del área de producción y programación del canal.

Durante la emisión de los noticieros los equipos de producción y prensa trabajaban en coordinación permanente y bajo responsabilidades específicas. El personal de producción estaba ubicado de la siguiente manera: En el set estaba el jefe de piso con cuatro operadores de cámaras, en la sala de control el operador de la consola de audio, el operador de TriCaster y el operador de control maestro.

Mientras que el personal de prensa llegaba al set con el presentador o presentadores, de acuerdo al horario del noticiero, el operador de *teleprompter*, el productor del noticiero, el coordinador de enlaces en vivo, y el titulero o titulado.

- **La realización de promociones de la programación de Anqa TV**

Las promociones para la programación de Anqa TV se hacían, en el caso de los enlatados, en base al material original que enviaban las comercializadoras de los contenidos adquiridos. En el caso del contenido producido por Anqa TV se encargaba una realización especial al área de producción y programación para obtener el material de autopromoción de su contenido.

El área también tuvo que evaluar y escoger las voces del canal, voz femenina y voz masculina para los contenidos promocionales. Del mismo modo se encargó a una productora especializada el diseño de la gráfica que identificaría al canal.

Las promociones⁸⁰ de todos los programas se hacían en versiones de 1 minuto, 30 segundos, 20 segundos y 10 segundos. Para la edición y post producción de estas piezas

⁷⁹ Millerson, Gerald. "Realización y producción en televisión". Ediciones Omega. Barcelona. 2009. (Pág. 22).

⁸⁰ ANEXO VII. Tabla de control de las promociones para control maestro.

audiovisuales se utilizó el paquete de software de Adobe⁸¹ (Adobe Premier Pro, Adobe AfterEffects, Adobe Encoder, Adobe Illustrator y Adobe Photoshop).

- **El perfil profesional del editor en el área de producción y programación de Anqa TV**

La consigna en el área de producción y programación de Anqa TV era finalizar todas las piezas audiovisuales que emitía la señal del canal excepto el contenido de prensa, puesto que este contenido quedó bajo la responsabilidad de los editores de la gerencia de prensa. Por ello, aunque luego se contó con operadores de control maestro, camarógrafos y asistentes, el área de programación formó un equipo base de seis editores, los que debían poseer las siguientes aptitudes y actitudes:

El editor de programación en Anqa TV debía, aunque parezca redundante, tener experiencia como editor de todo tipo de materiales audiovisuales, conocer la edición de documentales, películas, material de ficción, deportes, entrevistas, etc. Es decir, haberse enfrentado a varios géneros audiovisuales que le dieran el bagaje necesario para culminar con todos los requerimientos de la gerencia de programación.

El editor de programación debe ser un profesional que combine varias herramientas de software especializados en edición y post producción de video, añadido a eso debía tener capacidad de búsqueda de recursos propios para la post producción de sus promociones. El editor de este equipo también tenía que demostrar creatividad al momento de crear sus propuestas audiovisuales.

El editor de programación debía ser capaz de llevar un control de las tareas realizadas en el área a través del uso de la ofimática y cuadros establecidos que facilitaban el seguimiento de los procedimientos y avances de las metas.

El profesional del área de programación debía estar involucrado en el proceso de la distribución, instalación, prueba y operación de todos los equipos del set de grabación y la sala de control de estudio, ya que al finalizar la etapa de instalación asumiría una responsabilidad en la producción del contenido propio de Anqa TV.

⁸¹ Empresa que desarrolla software de diseño gráfico, producción y post producción de video.

De esta manera vemos que el editor de programación debía tener la capacidad de desempeñar funciones y cumplir metas de producción, programación y promoción de Anqa TV.

- La distribución del espacio de trabajo en el área de producción y programación de Anqa TV

Aunque Anqa TV tenía sus oficinas administrativas en el distrito de Lince, la administración decide instalar el centro de sus operaciones en el distrito de Villa el Salvador, en un edificio de tres pisos ubicado en la avenida Los Álamos. Esta edificación fue acondicionada a las necesidades de producción y funcionamiento del canal. Aquí funcionarían, en conjunto y en constante coordinación, la gerencia de prensa y la gerencia de producción y programación.

En el primer piso se dispusieron los espacios para construir el set de grabaciones, y la sala de control de estudio junto a la sala de edición de programación.

Diagrama 2: Distribución de los espacios de trabajo del área de programación de Anqa TV.



AUTOR: ANQA TV

La sala de edición de programación contaba con seis islas de edición de gran potencia y de última generación en la plataforma PC. Todas estaban comunicadas entre sí por red interna⁸², y también compartían información con las fuentes de control de estudio.

El área de control de estudio agrupaba al switcher de televisión, el control maestro, la consola de audio y la sala de máquinas en donde se encontraban los servidores de gran almacenamiento y desde donde se administraba todo el contenido del canal.

El set de grabación contenía todos los equipos anteriormente mencionados, a lo que podemos añadir el especial tratamiento que se le dio a las paredes para poder aislarlas del sonido que provenía de las avenidas aledañas. Además se habilitó un ambiente para usarse como vestuario y maquillaje para los presentadores y entrevistados ocasionales.

Estos tres ambientes debían estar juntos para facilitar la comunicación y coordinación de todo el personal en todo momento. Un canal de televisión funciona las 24 horas del día y en ese tiempo es muy probable que cualquier imprevisto se presente, para ello es necesario que el personal sepa proceder de forma eficaz ante cualquier inconveniente o problema que se presente en estos tres ambientes.

5.3.2 La experiencia profesional de un editor de programación en Anqa TV

A diferencia de la mayoría de editores que desarrollan una labor específica en otros canales de televisión, el editor de programación de Anqa TV pertenecía a un equipo que compartía sus labores de edición de promociones y programación con tareas específicas en el área de producción, como lo había establecido la gerencia de producción y programación. Estas responsabilidades variaban de acuerdo al horario que tenía cada profesional, pero absolutamente todos tenían múltiples funciones. Establecidas las responsabilidades, los editores debían cumplir las metas de las tres sub áreas en las que

⁸² LAN, Local Area Network, o red de área local. Comunicación a través de una red de todas las computadoras de un mismo ambiente.

se desenvolvían. En el transcurso de las actividades el equipo de editores, encabezado por el gerente de producción y programación, estructuró un particular flujo de trabajo que logró engranar las tres funciones para cumplir con las metas establecidas por el directorio.

- **Tareas de un editor de programación**

Las tareas de un editor de programación en Anqa TV, estaban vinculadas directamente con la parrilla de programación⁸³. La parrilla del canal dirigía el rumbo de los procedimientos que se establecían en el equipo de trabajo, para el editor de programación lo que mandaba la parrilla era ley.

Las funciones del editor estaban constituidas de la siguiente manera:

- Recepción de material audiovisual, episodios de novelas o series, películas, documentales, etc.
- Visionado de todo el material adquirido para verificar su estado y calidad.
- Creación de proyectos en Adobe Premiere Pro para la edición de los episodios de cada programa, su adaptación a cortes comerciales, toma de tiempo de duración de cada segmento, y exportación de cada episodio según los parámetros definidos por el *playbox* para su transmisión.
- Creación de listas de programación, en formato Excel, para cada contenido de Anqa TV.

El departamento de programación recibía los enlatados adquiridos en discos externos, debido al número de episodios y a la calidad del formato que, en su mayoría, eran de alta definición. En ocasiones un solo archivo equivalente a un episodio de media hora superaba los 20 Giga bytes.

Antes de llevarlo a un proyecto en el software Adobe Premier Pro, el editor tenía que visionarlo y asegurarse de que el contenido no presentara errores, fallas, debía estar completo y contar con la calidad suficiente para ser transmitido por la señal de Anqa TV. En un canal comercial convencional esta tarea la realiza control de calidad, sin embargo en nuestro canal la realizábamos los editores de programación. Llevar estos

⁸³ Arana, Edorta. Estrategias de programación televisiva. Editorial Síntesis. Madrid. 2011. (Pág. 147).

contenidos al Adobe Premiere Pro permitía uniformizar los contenidos en cuanto a colorización, formato y se lograba depurar cuadros innecesarios, suprimir escenas no aptas para el horario en que se transmitirán y exportarlos en la calidad que el control maestro pedía antes de ser ingestados en el servidor general de los contenidos.

La última tarea que realizaba el editor de programación era la creación de un archivo llamado *rundown* que servía para llevar un control del tiempo que ocupa el episodio en la programación del día. El *rundown* contenía el nombre del programa, género al que pertenece, el número de episodios, la fecha de su transmisión, el código con el que el *playbox* de control maestro lo identificaría, el número de segmentos, la duración de cada segmento, el tiempo destinado a los comerciales, el peso de cada segmento y el formato de compresión de los archivos.

- **Tareas de un editor de promociones**

Para la creación, realización y edición de una promoción de contenido del canal, el editor recibía, en primera instancia, un material promocional del contenido que podía ser un *reel*, un *spot* o una promoción hecha por la productora o agencia comercializadora del producto, además de una sinopsis o resumen del argumento. El envío de ese primer material servía, primero, para que el editor tenga una visión general del material con el que iba a trabajar. Luego, los editores de promociones de Anqa TV, proponían una idea y redactaban un guion para elaborar la primera promoción que debía tener una extensión de un minuto.

Cuando la etapa de construcción del guion concluía, el editor enviaba la propuesta a la gerencia de producción y programación para su observación. Esta gerencia devolvía el guion con su respectiva aprobación o en todo caso observaciones que se debían corregir para ser aprobado. El formato que se utilizaba para redactar los guiones era un guion técnico básico, con indicaciones sobre la idea central que se proponía en la promoción, el tiempo de duración de cada corte, imágenes, música y locución.

Anqa TV utilizó una voz masculina y otra femenina para las locuciones de sus promociones. El envío de guiones y locuciones se gestionaban a través del jefe del área de programación. Es decir, la jefatura enviaba los textos de las promociones a los

locutores vía correo electrónico y ellos, después de hacer sus respectivas grabaciones, respondían enviando las locuciones también por vía electrónica.

El siguiente paso era la edición propiamente dicha. El área de producción y programación de Anqa TV utilizaba los programas de edición en plataforma PC del paquete de *Adobe Master Collection CS6*.

En las islas de edición cada uno de los editores hacía un primer corte de la promoción con una duración de un minuto. A este primer corte se le insertaban las gráficas características del canal, como el cierre promocional, logos, textos con el nombre del programa y los horarios. Una vez que se tenía lista la promoción de un minuto se hacía otra versión de treinta segundos, otra de veinte segundos y una cuarta de diez segundos.

En el empaquetamiento de las promociones también estaban incluidas otras piezas audiovisuales de corta duración con mensaje útil para la audiencia. Este contenido, en algunos casos, venía con el material adquirido a las productoras, sin embargo tenían que adaptarse a los estándares de Anqa TV.

El equipo de promociones finalizó con la meta de 500 promociones listas antes de la fecha programada para el lanzamiento oficial de Anqa TV.

- **Tareas de un operador en control de estudio**

La cabina del Control de estudio de Anqa TV estaba ubicada delante del set de grabaciones y contaba con una extensa ventanilla que permitía la visibilidad de set. El cableado de video y audio llegaba desde el set hasta el *switcher* de video y la consola de audio que estaban instalados en esta misma cabina. El *switcher* de video que Anqa TV utilizó para la realización de los noticieros fue el *TriCaster 460*.

Tricaster es un switcher de video dentro de una PC. Es un hardware de video híbrido. Cuenta con escenarios virtuales, cuatro fuentes de video para cuatro cámaras en set, conexión de fuentes en internet, *DDR*⁸⁴ para almacenar las notas periodísticas, otra

⁸⁴ *Digital Disk Recorder*. Es una plataforma que utiliza el TriCaster para almacenar y reproducir clips de video pregrabados.

sección para animaciones conocida como *BUFFERS*, *SOUND* para los efectos de sonido, y *GFX* para los gráficos. Este sistema además nos permitía grabar todo el noticiero completo y el registro de cada cámara de forma independiente, publicar en redes sociales en simultáneo a la transmisión del noticiero y a la vez mantener una transmisión vía *streaming*.

Aunque el equipo nos permitía una gran gama de posibilidades dentro de una PC, en la práctica el uso de cada uno de estos aplicativos sobrecargaban el trabajo del *switcher* y limitaba su operatividad.

En el set teníamos conectadas cuatro cámaras. Tres en trípode y una instalada en una grúa, esta última se desconectaba del *switcher* para conectar la señal de la maleta *Soliton*⁸⁵ encargada de los enlaces en vivo. El retorno de este dispositivo demoraba en promedio cinco segundos que en estudio y *switcher* se debía coordinar para que el enlace sea exitoso.

En el período de prueba el equipo de programación encargado del *Switcher* tuvo una sola capacitación sobre el uso del *TriCaster 460*. En aquella capacitación tuvimos un ligero acercamiento a la interfaz de este *software* y algunos detalles sobre su funcionamiento. Con este somero conocimiento se emprendieron las emisiones de los noticieros. Sobre la marcha los operadores de *TriCaster* nos entrenábamos de forma autodidacta hasta llegar a dominar el equipo a un nivel estándar de calidad que el noticiero exigía. Pero sobre las ventajas y limitaciones de este *switcher* hablaremos más adelante.

Durante los primeros días, cuando la escenografía todavía no estaba lista, tuvimos que preparar escenarios virtuales para los tres noticieros que producía el canal. Luego de dos meses aproximadamente de utilizar los escenarios virtuales se hicieron las pruebas con la escenografía instalada.

El noticiero de la mañana tenía tres conductores, dos en la mesa de conducción que compartían la lectura de todo el noticiero y una conductora de deportes y culturales ubicada en otra zona de la escenografía. La edición del noticiero del mediodía estaba a

⁸⁵ Hardware que recibe señal de video y la envía utilizando bandas de alta frecuencia hacia un receptor conectado a Control de estudio. Reemplaza las móviles de microondas.

cargo de una sola conductora al igual que la edición central. El jefe de piso y el operador de *TriCaster* debían coordinar el juego de cámaras para cada edición de los noticieros.

Éramos dos operadores de *TriCaster* que nos hacíamos cargo de los noticieros de acuerdo a su horario. El primer operador comenzaba su turno a las cinco de la mañana y concluía a las dos de la tarde. Yo me desempeñaba como el operador de *TriCaster* del turno tarde, ingresaba a las dos de la tarde y terminaba a las diez de la noche. El operador de la mañana tenía a su cargo los noticieros de la mañana y del mediodía, yo me encargaba del noticiero central de las ocho de la noche.

Cuando finalizaba la emisión de un noticiero el operador tenía que almacenar el registro del noticiero en el servidor general del canal para que sirva como material de archivo, y se le entregaba una copia al equipo de prensa.

- **Diseño de flujo de trabajo del área de producción y programación de Anqa TV**

Luego de haber revisado cada una de las tareas realizadas por la gerencia de producción y programación de Anqa TV ahora veremos cómo se interconectaron estas actividades y cómo se distribuyeron las responsabilidades para alcanzar las metas antes del lanzamiento oficial del canal.

Cuando el canal se logra materializar y la documentación necesaria se finaliza para iniciar con sus actividades administrativas y de producción, es que recién se crea la gerencia de producción y programación. El gerente de esta área toma la decisión de contratar a siete editores de programación, yo era uno de los que formó este primer equipo de editores.

Los primeros materiales que llegaron al área de programación fueron los que nos proporcionó TAL, gracias al convenio que tenía nuestro canal con esta organización. De esa gran masa de material audiovisual sobre corte cultural y entretenimiento ligado a la ecología y la aventura de toda Latinoamérica, debíamos escoger los más ligeros, los menos densos, los contenidos que más concordaban con los programas que el público peruano estaba acostumbrado a ver en sus pantallas.

Primero se hizo un visionado general. Personalmente dediqué varias de trabajo a revisar los contenidos, para luego identificar los programas que encajaban dentro de la propuesta televisiva que planteaba Anqa TV. Con esta preselección finalmente el grupo de editores escogimos los enlatados de TAL que formarían parte de nuestra parrilla final de programación.

Para continuar con nuestra labor de selección de contenidos, a nuestra área llegaban materiales y propuestas de telenovelas, doramas y series que eran sometidas a observación y posterior selección. En esa tarea estábamos inmersos todos los editores, y se discutía sobre el potencial que aportaba cada producto para nuestra parrilla de programación.

Solo cuando llegamos a determinar cuáles serían los contenidos que Anqa TV usaría en su parrilla de programación, los editores iniciamos la etapa de preparación de *reels* de cinco minutos para cada programa seleccionado. Estos *reels* tenían como destino el área comercial, las piezas que les enviábamos servían para que los creativos y diseñadores de esa área puedan elaborar los *brochures* de la programación oficial del canal.

Durante la etapa en que nos encontrábamos seleccionando los enlatados, el equipo de editores todavía seguía operando en las oficinas de CECOPRODE, más tarde iniciaríamos la mudanza a las oficinas del canal. Los nuevos ambientes se instalaron en su sede principal, en el Sector 3 Grupo 21, Mz E Lote 13 Av. Los Álamos, Villa El Salvador, Lima, Perú.

En el primer piso funcionaba el área de producción y programación, que comprendía el set de grabaciones, la cabina de controles, el área de máquinas, las islas de edición y recepción.

Cuando el equipo de editores se instaló en las nuevas oficinas el set de grabaciones y la cabina de controles todavía no estaban instalados. El espacio para las islas de edición fue distribuido por el equipo de editores. Contábamos con seis islas de edición. Todas conectadas en red y al servidor general del canal.

En esta primera etapa de instalación contábamos con pocas islas de edición, por lo que me veía obligado a llevar mis propios equipos de cómputo para poder realizar mi trabajo con las ediciones de los reels.

Ya con las islas de edición debidamente instaladas se designaron a dos editores para supervisar la creación de promociones de los contenidos. Uno de esos editores fui yo, y junto a mi compañero teníamos la responsabilidad de revisar los guiones, locuciones, la edición y post producción de todas las promociones de los contenidos.

Esta parte de mi trabajo era una mezcla de operatividad y control de calidad. Mientras tenía a mi cargo la culminación de cierto número de promociones, también debía hacer un seguimiento al trabajo de los otros editores, corregir los textos, y pulir los elementos audiovisuales que utilizaban en sus respectivas ediciones.

Éramos seis editores encargados del empaquetamiento de promociones y el séptimo editor asumió la jefatura del área encargándose de la coordinación con los proveedores del canal, para la culminación de la instalación de los espacios del área: el set de grabaciones y la cabina de controles.

Una vez que el set de grabaciones estuvo listo para las primeras pruebas con los escenarios virtuales, se designó a un editor como jefe de piso durante la emisión de los noticieros. El jefe de piso tenía que conocer las instalaciones de iluminación, audio y video del set. Y debía estar en constante coordinación con la cabina de control de estudio para resolver los pormenores de cada grabación.

Con la cabina de control implementada se encargaría a dos editores la tarea de operar control maestro. Estos editores dejarían su labor como editores de programación y promociones para dedicarse exclusivamente a capacitarse y operar el equipo de control maestro. En la etapa de prueba uno asumió el horario de la mañana y el otro el turno de la tarde, durante la noche la transmisión se hacía de manera automática.

Como ya se había señalado, en esta cabina de control también se encontraba el *switcher* de video, que era básicamente el equipo principal para control de estudio. Anqa TV adquirió el *TriCaster* y su operación fue asignada al jefe del área de programación y a mí.

Los dos tuvimos que capacitarnos en la operación de este switcher sobre la marcha. Yo asumí el turno de la tarde por lo que me encargaba de operar los controles durante el noticiero central, un informativo que sólo tenía una conductora encargada de leer las noticias.

Treinta minutos antes de empezar el programa un asistente del noticiero llegaba a la cabina de control de estudio con las notas listas y la pauta terminada, claro que ambas estaban sujetas a cambios de acuerdo a la coyuntura y los enlaces en vivo que podían enviar corresponsales. Yo tenía que ingestar las notas y ordenarlas de acuerdo a la pauta.

Cinco minutos antes del noticiero llegaba la conductora al set de grabaciones y una productora encargada de dirigir la emisión. En la cabina estábamos la productora encargada de la dirección, una asistente encargada de titular, un encargado de operar los audios, y en el caso de un enlace en vivo, había una asistente adicional que se encargaba de coordinar con el reportero a cargo. Yo trabajaba en coordinación con todos ellos, incluyendo al jefe de piso y la conductora del programa.

Como sólo teníamos una conductora en el set no usábamos más de dos cámaras fijas, una en plano general y otra en plano busto. Mi labor era orientar a la conductora hacia el plano correspondiente mientras hacíamos las transiciones de apertura del programa, pase de nota a nota, pase a comerciales, y despedida del programa.

A nuestro equipo se sumó un editor más a quien capacitamos para que pueda asumir esta tarea en el caso de que uno de nosotros no pudiera hacerlo por cualquier inconveniente. Nosotros capacitamos a nuestro reemplazo. En total fuimos tres los encargados de operar el *TriCaster* del control de estudio.

De los siete editores solo uno no tuvo responsabilidades en la producción de los noticieros. Por lo tanto él asumió el control de las listas de programación de todos los programas. En esta tarea también tuvimos que participar otros tres editores más que ya teníamos funciones en producción.

Luego de asumir nuevas tareas en producción que se sumaban a las ya establecidas en promoción y programación, el equipo tuvo que solicitar apoyo adicional para concluir con las metas. De esta manera se sumaron cuatro editores más, dos editores en el turno de la mañana y dos en el turno tarde, completando el equipo total de 11 editores.

A los nuevos editores se les encargaron las reducciones de las promociones de un minuto a treinta segundos, veinte segundos y diez segundos. También se solicitó el ingreso de practicantes para apoyar a la jefatura de piso en el manejo de las cámaras y también en control de estudio para la operación de la consola de audio.

Con este equipo humano quedó finalizada la distribución de tareas y quedó cerrado el flujo de trabajo en el área de producción y programación de Anqa TV.

5.3.3 El uso del Tricaster como Switcher en el control de estudio de Anqa TV

Para los propósitos de este informe es necesario conocer el mezclador de señales de video que utilizó Anqa TV, y lo primero que se explicará será la razón por la que Anqa TV decide adquirir este switcher para la emisión de sus noticieros.

- Como ya habíamos mencionado en el Capítulo I, Anqa TV se crea con una inversión muy reducida en relación a los otros canales de señal abierta. Al ser conscientes de ello el canal tuvo que igualar las exigencias, en cuanto a tecnología y calidad, que imponía el mercado de la televisión actual. Villa El Salvador vería nacer un nuevo canal de televisión con una inversión limitada pero con la ambición de ofrecer una gran calidad en su producción a pesar del condicionamiento financiero que sufría.

Las condiciones que rodeaban a Anqa TV eran:

- Los espacios reducidos en sus instalaciones.
- El escaso presupuesto para contratar personal.
- La consigna de ofrecer una gran calidad de imagen.
- El objetivo de hacer televisión interactiva.

- Estas condiciones fueron las que determinaron la adquisición este *switcher*. El TriCaster le permitió a Anqa TV:
- Instalar una cabina de controles en un espacio no mayor de 1.50 m por 3 m.
- Reducir la cantidad de operadores en el *switcher* de televisión a una sola persona.
- Conseguir Producir en FULL HD en compresión H264 de gran calidad para la emisión de sus noticieros.
- Tener un *switcher* de televisión que no solo se encargaría de mezclar las señales de video, sino también de interactuar en redes sociales en simultáneo a la emisión del programa y lograr una transmisión *streaming* vía internet.

La gerencia de producción y programación decidió adquirir el modelo TriCaster 460. Se trataba de una versión intermedia, pues también existen la 860, la 8000 y la Advanced, superiores a la 460.

Cuando la gerencia adquirió este equipo tuvimos una presentación en las oficinas de Avsys, proveedor de *TriCaster* en el Perú, en donde nos mostraron las características que tenía este equipo, reconocimos el entorno de trabajo, sus funciones, y nos alcanzaron algunas referencias sobre el hardware y software. Después de esa primera presentación, volvimos a ver el *TriCaster 460* ya instalado en la cabina de control del canal. Y volvimos a manipularlo ya en las grabaciones de prueba del noticiero.

Ya que no tuvimos un periodo de entrenamiento previo tuvimos que valernos de los propios recursos de aprendizaje que tiene NewTek (Fabricante de *TriCaster*) en su propia página web. Estos materiales, todos en inglés, fueron de gran ayuda para entender el software y mejorar la destreza en el uso de este *switcher*. La suma de horas en el manejo del *TriCaster* nos dio la seguridad de su operación durante las emisiones de prueba.

En el caso del operador de *TriCaster* del turno matutino, que también cumplía las funciones de jefe del área de programación, tuvo que compartir el tiempo que destinaba a sus labores cotidianas, con las horas de aprendizaje y entrenamiento autodidacta en el

uso del *TriCaster*. De la misma manera tuve que hacerlo yo que estuve a cargo del control de estudio durante el noticiero central.

- **Ventajas que brinda el uso de este switcher**

Son muchas las ventajas que este producto ofrece a los *broadcaster* y realizadores audiovisuales. Pero en este punto señalaremos las ventajas que experimentó Anqa TV con este mezclador de video.

La primera ventaja son los costos. Anqa TV hizo una menor inversión al adquirir el *TriCaster*, no solo en el precio del producto sino también en el ahorro de personal. El *TriCaster 460* combina la tarea de mezclar señales de las cámaras que están en el estudio y las que están fuera también, y además el mismo operador de *Tricaster* es el que lanza los videos almacenados en los *DDR*s.

Este paquete incluía un software llamado *Live Text* para la titulación en los noticieros y otro más para los escenarios virtuales. En resumen el *TriCaster* reemplazaba la instalación de cuatro equipos costosos en la sala de control. Para Anqa TV esto significaba un ahorro notable en el equipamiento del área.

Lo mismo pasaba con el personal que estuvo a cargo de su operación, ello se resumía en un solo operador de *TriCaster* que estaba a cargo del área de producción y programación, el operador del *Live Text* estaba a cargo del área de prensa.

La otra gran ventaja del *TriCaster* era el diseño del hardware. Mientras los *switchers* de video, los equipos de titulación, lanzadores de VTRs, escenarios virtuales y mezcladores de video requieren de un espacio de grandes proporciones; el *TriCaster* no es más grande que una computadora promedio, con un *keyboard* estándar, una unidad central en plataforma PC y dos monitores, uno para las operaciones y funcionamiento del mezclador de video y el otro para el monitoreo de la salida final de video.

Para el espacio con que contaba Anqa TV era vital contar con un *switcher* que no ocupara mucho espacio para que el área del set de grabaciones sea lo más amplio posible.

- **Limitaciones del Tricaster**

Al no ser un hardware puro para video y tener un funcionamiento basado en la plataforma PC sufría de constantes estancamientos en su operación, lo que en lenguaje popular se conoce como “colgamiento”. Cuando la PC se colgaba durante la emisión del noticiero todos los componentes que conformaban este *Switcher* se congelaban y no podían funcionar hasta que se reiniciaba el aparato.

Para salvar ese momento crítico se recurría al control maestro, este hardware asumía el mando y controlaba la mezcla de video en la emisión del noticiero. Cuando sucedía esto la calidad de las gráficas disminuía puesto que el *software* para la titulación tenía una menor gama de opciones para el diseño de éstas.

La otra limitante del *TriCaster* era el códec de video que requería para que la reproducción de los *DDR*s no tenga problemas a la hora de ser lanzados al vivo. Los editores teníamos que exportar todo el material con un códec que el mismo fabricante ofrecía en su web. Además del códec la exportación debía personalizarse a las especificaciones que el fabricante señalaba en su web. Caso contrario cualquier otro video sin este códec podía colgar el *switcher*, o alterar los niveles de audios, volumen, aspecto del video, etc.

Estos problemas al igual que sus soluciones se identificaron en la etapa de prueba de las emisiones de los noticieros.

CAPÍTULO VI

BALANCE DE LA EXPERIENCIA

6.1 Lecciones aprendidas

Trabajar en Anqa TV significó mi experiencia como editor en un canal de televisión de señal abierta. Aunque mi labor se desarrolló durante la fase de prueba, el esquema de los flujos de trabajo que implementamos siguió siendo el mismo al lanzar la señal al aire de forma oficial. Los procesos siguen siendo los mismos y la distribución de las responsabilidades también.

En ese sentido, para cumplir con las tareas que se me asignaron como editor en el área de producción y programación de Anqa TV tuve que reforzar el dominio de algunos programas y procedimientos usados en la producción de televisión, y en algunos casos aprender nuevos programas de forma autodidacta.

Como editor de promociones aprendí a sintetizar contenidos y plasmarlos en guiones, lograr primero una promoción de un minuto y, con este primer video, crear versiones con duraciones más cortas.

Como editor de programación aprendí a estandarizar contenidos a la calidad que aspiraba el canal. Tuvimos que identificar niveles de procesamiento de audio, *códecs*, tasa de transferencia de datos, aspecto, etc. Para que funcionen sin problemas durante la transmisión de la señal.

Como operador de sala control tuve que recurrir al adiestramiento autodidacta y aprovechar la etapa de prueba para pulir la destreza en la maniobrabilidad del *switcher* TriCaster. Identificar las limitaciones de este equipo y resolver problemas que surgían durante la transmisión en vivo. Con el conocimiento de las limitantes pudimos establecer procedimientos que servían como plantilla, así lográbamos un mejor rendimiento de todos los equipos que utilizábamos en Control de Estudio.

Esta experiencia me permitió visualizar e intervenir en la producción de un canal de televisión emergente, como muchos otros canales locales que se animan a transmitir

en la capital y en el interior del país, que afrontan el gran problema del financiamiento. Cuando un profesional del audiovisual domina más herramientas y técnicas de producción audiovisual, se convierte en una pieza importante en el equipo para llegar a las metas establecidas por la gerencia general.

6.2 Logros y avances

A nivel personal sumé a mis habilidades el dominio del *switcher* de video TriCaster. También pude extender mi labor creativa en la concepción, redacción y edición de contenido promocional para la programación del canal. A nivel de área logramos concatenar habilidades dentro del grupo y compartimos responsabilidades para conseguir todas las metas establecidas antes de la fecha de lanzamiento del canal.

Anqa TV logró producir tres noticieros con un jefe de piso y dos asistentes en el set de grabación, un operador de control maestro, un operador de control de estudio y un operador de audio. Esto se logró gracias a la claridad con la que identificamos las responsabilidades y la capacidad del equipo para resolver problemas originados en las emisiones.

Se lograron editar 500 promociones con cinco editores encargados de culminar este primer lote de promociones en un plazo de dos meses y medio. Aunque cuatro de estos cinco editores compartían responsabilidades en programación y la producción de los noticieros, la meta se alcanzó.

Para las tareas de programación se contó con este mismo equipo. Tuvimos que ingestar al servidor general del canal los contenidos de tres meses de programación. Dos mil ciento sesenta horas de programación que tuvieron que visionarse y estandarizar para su transmisión.

6.3 Problemas y tareas pendientes

Como ya se ha remarcado a lo largo del informe el principal problema que afrontó el área de producción y programación de Anqa TV fue el presupuesto destinado para desarrollar sus actividades. Aunque se lograron las metas en cuanto a cifras establecidas por la gerencia general, y la calidad final cumplió con las expectativas de los directivos, el ritmo de trabajo fue sobrecargado para el escaso equipo que asumió la responsabilidad de cumplir con las metas.

En un canal comercial convencional existe personal que se encarga de cada tarea específica. En Anqa TV el editor de programación era el que ingestaba material en el servidor, el creativo para las promociones, el editor de las promociones, el operador de Control de Estudio, el operador de Control Maestro, el jefe de piso en el set de grabación, etc. Es decir tenía que estar preparado para asumir cualquiera de esas responsabilidades en caso se lo necesitara.

Lo mismo pasaba con las capacitaciones. Los operadores de control de estudio asumimos una responsabilidad sin la mínima capacitación en el uso de este *switcher*. Una capacitación adecuada, quizás hubiera logrado superar los problemas técnicos que aparecieron en la etapa de pruebas. Problemas que nunca lograron explicarse y comprenderse al cien por ciento por no conocer completamente el funcionamiento del *switcher*. Se convirtió en una actividad basada en nuestra propia experiencia con el equipo.

6.4 Aportes

A nivel profesional, la presente sistematización, encuentra que las habilidades de un comunicador audiovisual deben integrar la mayor cantidad de herramientas comunicacionales que se requieren en esta profesión. En Anqa TV el editor de programación también era un creativo, un guionista, un eficiente director de fotografía, un director de cámaras, un especialista en el registro de audio, un metódico operador de control maestro y hasta un entendido en procesos y conexiones electrónicas.

El profesional audiovisual de la televisión emergente debe ser un todo terreno, pues el mercado laboral no cuenta con un financiamiento holgado y contrata personal que concentre mayor número de habilidades. Estos profesionales son los que tienen mayores posibilidades de desarrollo laboral en este tipo de medios.

En cuanto a la tecnología, el profesional debe conocer los instrumentos alternativos para producir audiovisuales. En épocas anteriores hacer televisión movía presupuestos millonarios, pero hoy en día eso ha dado un giro de ciento ochenta grados, ahora la tecnología ha conseguido abaratar costos y ofrecer una calidad muy similar a la que la industria dominante luce en su señal.

El profesional audiovisual de la nueva generación lleva ventaja al conocer la tecnología tradicional y la tecnología alternativa. Combinar ambos conocimientos hace más sólido y versátil el perfil del profesional.

A nivel social Anqa TV, y la televisión emergente que se ha establecido en los últimos años, se han convertido en una oferta televisiva alternativa para el gran público que solo tiene acceso a la señal abierta, la que no posee un contrato con un proveedor de televisión por cable. La televisión local tenía una imagen rudimentaria e incipiente que dejaba notar las carencias y limitaciones de producción, pero Anqa TV intentó superar estas limitaciones presupuestarias y ofrecía una programación de calidad para su audiencia.

Después de cuatro años de lanzar su señal, podríamos inferir que Anqa TV, no consiguió rentabilizar el canal por decisiones administrativas. Si bien la producción y el diseño de la parrilla de programación respondían al perfil que pretendía tener el canal, fueron las inapropiadas estrategias de mercado, con un escaso feedback obtenido para sondear el éxito de sus contenidos, y los obstáculos administrativos que se presentaron, específicamente con los permisos del nuevo alcance de la señal, los que determinaron el estado actual del canal. Sin las herramientas adecuadas, y con una economía en crisis que no conseguía anunciantes, Anqa Tv finalmente llegó a un estado de mantenerse al aire llenando su parrilla con programas enlatados gratuitos, a la espera de un inversionista o comprador que pueda darle un nuevo rumbo a este canal.

CONCLUSIONES

- El editor y post productor contratado para laborar en el área de producción y programación de Anqa TV poseía un perfil profesional versátil, capaz de cumplir con eficiencia las tareas asumidas en los procesos de producción y programación del canal. Mientras que los grandes canales de señal abierta administran sus recursos humanos enfatizando la especialización de su personal, los canales emergentes, como fue el caso de Anqa TV, buscan profesionales con la mayor cantidad de conocimientos y habilidades que garanticen una mayor productividad y permitan economizar sus presupuestos.
- Hemos visto que el presupuesto fue determinante para que Anqa TV planificara su estrategia de relanzamiento del canal 45. Al adquirir equipos híbridos, el canal se enfrentaba a una tecnología poco conocida, y por lo tanto a una etapa de pruebas para conocer las ventajas y limitaciones del equipamiento. Al carecer de capacitaciones adecuadas para el uso de los aparatos el editor encargado tuvo que experimentar con ellos para establecer formatos y plantillas que ayuden a mejorar el flujo de trabajo y evitar posibles errores durante la transmisión. El personal del área tuvo que recurrir al aprendizaje autodidacta para resolver problemas de operatividad en las salas de controles.

RECOMENDACIONES

- Los futuros comunicadores audiovisuales deben tomar en cuenta la realidad del mercado laboral. Las grandes televisoras siempre realizan convocatorias, enfocadas en aptitudes y conocimientos especializados, habilidades que muchas veces no se adquieren en un aula de clases, es por ello que los cursos extra curriculares basados en el uso de nuevas tecnologías aplicadas en la industria televisiva, se convertirán en una gran herramienta para los egresados. De esta manera el comunicador audiovisual también estará preparado para asumir retos en las nuevas propuestas televisivas de menor presupuesto, que como Anqa TV, recurrieron a las tecnologías alternas para emitir su programación.
- La adquisición del Switcher TriCaster y el playbox de control maestro que se usaron para el flujo de trabajo de Anqa TV, tuvo un resultado más que favorable pues mantuvo los estándares de calidad que la empresa buscaba, realizando un gasto mucho menor en comparación con las grandes televisoras. Sin embargo se pudo identificar algunas limitaciones durante las emisiones de los noticieros. El equipo de producción y programación planteó soluciones inmediatas para aquellas fallas que pudieron identificarse. Sin embargo habría que resaltar la ausencia de una adecuada capacitación que hubiera podido plantear soluciones más eficientes.

BIBLIOGRAFÍA

Aguaded Gómez José, Sánchez Carrero Jacqueline y Marín Díaz Verónica. *Televisión educativa*. Editorial Síntesis. Madrid. 2012.

Arana, Edorta. *Estrategias de programación televisiva*. Editorial Síntesis. Madrid. 2011.

Alsina, Miquel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación. Barcelona. 1989.

Calame, Gisele. *Programación televisiva: análisis del caso RBC – canal 11 Lima* 1988. *Tesis de investigación para optar el grado de bachiller en ciencias de la comunicación*.

Carpio, Santiago. *Arte y gestión de la producción audiovisual*. UPC. Julio. 2012.

Dominick, Joseph. *La dinámica de la comunicación masiva, los medios en la era digital*. Interamericana editores. México. 2006.

González, Jorge. *Televisión y comunicación, un enfoque teórico práctico*. Longman de México editores. México. 1994.

Gordon, Gerorge. *Televisión educativa*. UTEHA. México. 1966.

Javier Bardají Hernando y Santiago Gómez Amigo. *La gestión de la creatividad en televisión: El caso de Globo Media*. Eunsa. Pamplona. 2004

Millerson, Gerald. *Realización y producción en televisión*. Ediciones Omega. Barcelona. 2009

Orza, Gustavo F. *Programación televisiva: un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La Crujia Ediciones, 2002.

Zettl, Herbert. *Manual de producción de televisión.* CENGAGE Learning. México. 2009.

CONCORTV. *Estudio cuantitativo sobre consumo radial y televisivo.* Enero 2018.

CONCORTV. *Estadísticas de las Radio y Televisión en el Perú 2017.* Abril 2018.

CONCORTV. *Estadísticas de las Radio y Televisión en el Perú 2014.* Marzo 2014.

BIBLIOGRAFÍA ONLINE Y PÁGINAS WEB CONSULTADAS

Blog de Estudios Generales UPN, Universidad Privada del Norte. “Causa y Efecto de la Televisión Basura”. 6 de diciembre 2016.

<http://blogs.upn.edu.pe/estudios-generales/2015/09/28/causa-y-efecto-de-la-television-basura/> Consultado 1 de octubre 2017.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. “De cada 100 hogares peruanos 87 ven televisión”. 17 de agosto 2015. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/de-cada-100-hogares-peruanos-87-ven-television-8557/> Consultado 1 de Octubre 2017.

Soto, B. GESTION.ORG. “¿Qué es el workflow o flujo de trabajo?” 2 de mayo 2012. <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/31586/la-eleccion-del-producto-en-el-marketing-multinivel/> Consultado 1 de octubre 2017.

ARKIV. “Cronología de la Televisión Peruana (1939-2005)”. 3 de diciembre 2008. <http://www.arkivperu.com/cronologia-de-la-television-peruana/> Consultado 1 de octubre 2017.

Ley de Radio y Televisión. Ley N° 28278. Diario Oficial El Peruano, Lima, Perú. 23 de junio 2004.

Cine Digital. [Cinedigitaltv]. 25 febrero 2015. El audio, el otro 50% de tu producción y rifa de Rode Microphones. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=265ZJve1E-o>

América economía. “Alan García asegura que la señal digital democratizará la televisión peruana”. 31 de marzo 2010. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/alan-garcia-asegura-que-la-senal-digital-democratizara-la-television-peruana> Consultado 7 de octubre 2017.

ATV. [hilmer542]. 5 de junio 2010. EL MUNDIAL SUD AFRICA 2010 SERA TRANSMITIDO POR ATV HD. Recuperado de <https://youtu.be/HxXQBI1trQw>

León, Bienvenido. (2009). Telerrealidad, el mundo tras el cristal. Comunicación Social. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=a8dpptlyf3EC&pg=PA84&dq=formatos+televisivos+reality&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjcl_6U3eHWAhUDmJAKHURnAFQQ6AEIJDA#v=onepage&q=formatos%20televisivos%20reality&f=false

El Comercio. Marcha contra la TV basura: mira aquí todo lo que ocurrió. 27 de febrero 2015. <http://elcomercio.pe/lima/marcha-tv-basura-mira-ocurrio-337937> Consultado el 8 de Octubre de 2017.

El Comercio. “Ñuqanchik”, una lección de integración. 6 de agosto 2018. <https://elcomercio.pe/economia/negocios/nuqanchik-leccion-integracion-noticia-543542> Consultado 15 de noviembre 2018.

ANEXOS

ANEXO 1

Entrevista a Luis Ramos, gerente de programación de Anqa TV, sobre el flujo de trabajo que se implementó en el área de producción y programación del canal.

“El área de producción y programación es como la cocina del canal”.

Con más de 30 años dedicados a la producción audiovisual, Luis Ramos, nos grafica el panorama al que se enfrentan los canales emergentes con la intención de posicionarse y lograr ser rentables.

¿Cómo surge la idea de instalar un nuevo canal de señal abierta en la ciudad de Lima?

En Lima, desde 1992, existe el canal 45, el canal ha sido un canal de modalidad educativa, liderada por una ONG que es el Centro de Comunicación Popular de Villa El Salvador (CECOPRODE). Esta ONG se dedicó desde hace más cuatro décadas a trabajar el tema de la comunicación popular. A través de radio, a través de talleres, a través de materiales educativos, por último lo hizo a través de un canal de televisión que solicitaron y que les fue concedida. Entonces el canal 45 se funda en 1992 con una cobertura limitada al distrito de Villa El Salvador. Por esa razón sus equipos de transmisión, sus estudios y todo están ubicados en el local que esta institución tenía en Villa El Salvador, y en los años siguientes llegaron a producir contenido televisivo, shows variados, noticieros, programas culturales, de una manera más o menos sostenida, pero siempre bajo el esquema de apoyos de financieras. Y una vez que tuvieron una buena época la producción fue disminuyendo y poco a poco el canal también fue disminuyendo su programación, reduciéndose a lo mínimo, en su propio equipamiento empezaron a notar problemas, hasta que llegaron a un punto en la que tenían muchas dificultades para continuar.

Por esas épocas TV Cultura, que es también otra ONG de contenidos audiovisuales que se fundó en 1986, ya conocía el trabajo de CECOPRODE, del canal

45, que se llamaba comercialmente Villa TV. Entonces conoce los problemas que estaba atravesando el canal 45 y TV Cultura busca hacer una alianza con CECOPRODE para gestionar, para de alguna manera darle un nuevo curso al canal 45. Pasaron muchos años para que esta alianza empezara a cuajar, y en el tiempo se va concretando específicamente en la concreción de una empresa y de una gestión compartida del canal 45. Para el año 2013 se concreta la empresa y se empieza a reflotar a través de un proyecto el canal 45. Se pide una nueva autorización al Ministerio de Transportes para que la autorización de emisión no sea solo en la zona de Villa El Salvador sino también a nivel de todo Lima Metropolitana, el ministerio accede a eso y por lo tanto el nuevo canal 45 ya tiene capacidad para transmitir a todo Lima y al mismo tiempo a crecer como una empresa de otro tipo.

Hay que hacer hincapié en un detalle, en Lima existen dos frecuencias, la UHF y la VHF. La frecuencia de la banda VHF tipo canal 2, 4, 5, 7, 9, 13, tienen una capacidad de operación y un alcance determinado, mientras que las frecuencias en UHF siempre han sido más limitadas. Y normalmente la explotación del canal o el lanzamiento de un canal en esas frecuencias siempre han sido limitados. Y no se tiene memoria de una experiencia comercialmente rentable en UHF. Por lo general estas experiencias de UHF en Lima Metropolitana están más focalizadas en canales religiosos, en canales muy pequeños de tipo musical, o temáticos, pero siempre con una capacidad muy limitada. Recién en los últimos años algunas frecuencias han sido adquiridas por canales grandes tipo ATV y empiezan a ser trabajadas de manera comercial un poco más exitosas. Esta frecuencia de canal 45 enfrentaba el reto de colocarse en la parrilla de programación dentro de la frecuencia UHF que como digo no ha sido un espacio muy rentable para la televisión, por lo tanto era un reto muy grande lograr hacer un lanzamiento exitoso de un canal de este tipo. Ya a finales de 2013 ya se tiene todo en regla. Se da un nuevo nombre comercial a la frecuencia 45 que es Anqa TV y se planifica todo el tema del lanzamiento proyectado para el año 2014 – 2015.

¿Cuál es el perfil del canal Anqa TV?

Ese es un tema complejo. Estamos hablando de un canal que busca ser un canal comercial, que en el pasado fue un canal educativo, incluso más que educativo un perfil de canal comunitario. Al respecto es importante decir que en la ley peruana hay tres tipos de modalidades que un canal de televisión puede operar, un canal comercial, un canal educativo y un canal comunitario. Y los canales comunitarios prácticamente no existen, no hay licencias, tienen ciertas condiciones específicas y nadie las ha pedido para ese nivel. Entonces o existen canales comerciales o existen canales educativos. Los canales educativos por lo general están asociados a universidades o a algunas organizaciones, pero son muy pequeñas. Esta información la publica CONCERTV. Al momento de perfil el canal 45 los lineamientos del perfil estaban claros. El perfil del canal tiene que atraer un público y una audiencia que haga sostenible su modelo comercial. Eso está bastante claro. Cualquier canal se distingue a través del producto que ofrece, o sea la programación en este caso, y la programación del canal 45 ha sido planeada para ser variada, para tener una llegada transversal a una gran cantidad de público, a diferentes públicos, en ese sentido también hay que mencionar cómo divides el espectro de los canales comerciales, tienes canales comerciales de señal abierta o de cable, por lo general los canales de señal abierta suelen ser de contenido general, en España los llaman generalistas, en Estados Unidos los llaman Networks, y por otro lado tienes los canales de cable que son temáticos, dirigidos a nichos. También eso va dándote un perfil de cómo está planeado este canal.

Si tú ves los canales de señal abierta en Lima, que todos trabajan en VHF, vas a ver que todos trabajan bajo un sistema de programación variado. Otro elemento que hay que tomar en cuenta para el perfil del canal es que digamos el proyecto ha sido pensado como una alternativa a los canales comerciales de señal abierta que a nuestro juicio y a través de estudios y encuestas llevadas a cabo notamos que tienen un sesgo muy particular hacia cierto tipos de contenidos, a cierto tipos de manejos y a una forma de encarar la entrega del producto al público, esto es más visible a su producción propia, a producción real que ponga más énfasis en contenidos de violencia, contenido de escándalo, a temas de farándula y entretenimiento, o sea construir una caja televisiva enfocada fuertemente en el sensacionalismo y en el entretenimiento puro, entonces frente a esa sensación este nuevo canal, canal 45, Anqa TV, se plantea el reto de ofrecer

un contenido variado y entretenido, pero con varios niveles de resguardo. Entregar un valor específico a las personas, algo que tenga un poco más de calidad. Es algo que se planteó desde el principio y que se esperaba producir a través de la programación. Estamos hablando de tener noticieros que estén muy cuidados en su producción y que privilegien ciertos temas hacia otros. Programas propios producidos para los diferentes públicos teniendo mucho cuidado en ofrecer un contenido de calidad marcando ciertos límites. Otra premisa que perfila el canal era la idea de tener mucho contacto con el público, tener mucho *feedback*, de estar muy interrelacionado con la gente a través de los diferentes formatos de trabajo, a través de interacciones telefónicas, redes sociales, mucho contacto de los equipos de producción en la calle, con el público, eso también era una idea que perfilaba mucho el objetivo del canal. Entonces haciendo un resumen estamos hablando de un perfil comercial, un perfil de contenido variado, de distinción entre oferta de valor, oferta de calidad, de mucho cuidado en cuanto a la producción de prensa, es la columna vertebral, central del canal y a partir de esos elementos una oferta distinta a la que actualmente se tiene en televisión de señal abierta, digamos que el grueso de la oferta buscaba por oposición buscaba distinguirse de la oferta actual de televisión de señal abierta.

¿Cuáles son los objetivos como empresa y como medio de comunicación?

El objetivo de la empresa como tal es ser rentable. Es muy claro, ser rentable en un plazo determinado. El objetivo entonces es generar rentabilidad y hacer sostenible el proyecto. Y para ello las estrategias de trabajo y de lograr los objetivos están delimitados a partir de las áreas de la empresa que tienen que ver sobre todo con la parte comercial con la parte administrativa. Es cierto que la empresa como tal y sus socios constituyentes tienen conceptos claros en cuanto a lo que quieren entregar a la ciudadanía, al público, en el sentido de que es una propuesta diferente, de un valor distinto, es parte de los objetivos mismos de la empresa. No es que está disociado. Pero cualquier idea o interés respecto de lograr estos fines pasa por tener sostenibilidad y rentabilidad. Entonces eso es un objetivo básico. Por lo tanto las diferencias que puede haber entre un objetivo y otro tampoco son tan claros, están interrelacionados. Los objetivos como medio de comunicación no diría que sería generar un nuevo modelo de

comunicación televisiva, lo que diría es generar cambios en el modelo actual. Porque no es que Anqa TV rompe con el esquema actual y crea un modelo distinto, me parecería muy pretencioso y difícil de hacer eso. Es básicamente generar cambios respecto a la estructura que manejan los canales televisivos. Eso en el momento en que el modelo de transmisión va a empezar a cambiar, o ya está cambiando. Entonces es un elemento a tomar en cuenta. El televidente se daría cuenta de nuestras intenciones por nuestra programación, no hay otra manera. Por una cuestión de acercamiento al público, por una cuestión de contenido útil, por una cuestión de enfoque de contenidos propios, porque todo canal cuenta con contenido propio y con contenido comprado a otros proveedores internacionales o nacionales.

En la toma de decisiones cuando tú adquieres contenido, también está esto que te digo, también puedes comprar uno u otro programa. Pero esto se visualiza más en la construcción del contenido propio. El canal tiene la intención de colocar en la columna vertebral el contenido de información, de noticieros claramente distintos, allí es donde se puede visibilizar claramente esos objetivos. Entonces la percepción del público debería de ir llegando a través de la mirada de los programas. También es posible generar campañas de publicidad y de *branding* que logren colocar una marca de una manera determinada, pero la inversión en una campaña realmente grande y sostenida es muy compleja. Si fuera una marca comercial está el producto y luego cómo empaquetas el producto. Entonces en una manera comercial, el marketing y la forma de viabilizar ese marketing es un factor clave sobre todo cuando está lanzando el producto. En nuestro caso es encontrar esa diferenciación a través del producto mismo. Del enfoque de llegada y de la interacción, y hacer una estrategia de crecimiento a través de una curva más o menos larga y sostenida en el tiempo. O sea no con un impacto muy grande desde el inicio sino más bien empezando desde un sector determinado de público e ir avanzando hasta crecer hasta los niveles que los canales tienen en Lima Metropolitana y luego a nivel de todo el Perú.

¿Hay un modelo que toma como base Anqa TV?

La verdad que no. No existe. Porque los modelos de televisión suelen ser muy endogámicos, o sea responden mucho a la realidad local. Tú podrías mirar el ejemplo de un canal latinoamericano, argentino, mexicano, o un canal norteamericano, las realidades son muy distintas. De hecho se analizaron, ejemplos y valorizaron realidades que tuvieron mucho valor en otros países pero las realidades son muy complejas. Es más, realmente es imposible comparar una realidad de un país con otro, porque los públicos varían. Y en términos de la propia realidad de la televisión en Lima no hay mucho con qué comparar, o tienes ofertas de canales comerciales son este modelo muy mercantilista o canales del estado o canales religiosos.

Entonces ha sido muy difícil perfilar este nuevo proyecto, este nuevo medio de comunicación a través de experiencias. Se ha cogido algunos elementos de algunas experiencias que han servido. ¿Sabes cuál es el problema? Que un canal con este modelo por lo general en cualquier otro país es subvencionado por el estado. Un caso, un canal que a nosotros nos gustaba mucho era el canal Encuentros de Argentina que tenía una apuesta muy fuerte por lo cultural pero cuando ya analizamos a fondo nos dimos cuenta que no era rentable, que tenía muy bajo rating, muy baja audiencia, era subvencionada por el Estado. Porque el modelo de nuestra empresa es una iniciativa privada que necesita ser rentable entonces a medida que nosotros íbamos encontrando ejemplos interesantes en Argentina, en Brasil, que son los sitios más cercanos a nuestra realidad en todos los casos las referencias interesantes y exitosas siempre estaban ligadas a financiamiento público. O de una fundación o de alguien. No estaban obligadas a ser rentables a vender publicidad para sobrevivir.

En algunos casos no son del estado, en otros, en Brasil por ejemplo, había uno que estaba financiado por Petrogas, hay otros que están financiados por una ONG. Y así por el estilo. En el grueso de los otros, los estatales, no necesariamente por el Gobierno Central sino organizaciones intermedias, por ejemplo una universidad, un gobierno local, etc. De hecho en nuestro país tú miras la programación del canal estatal y la producción es de muy buena calidad, los contenidos son muy buenos, pero luego vas a ver las cifras de rating y la respuesta es que hay una brecha enorme entre la inversión y su aceptación en el público. Para las inversiones colocadas en un canal como este

deberíamos tener un retorno de audiencia mucho más grande. Si fuera una empresa privada quebraría inmediatamente.

¿Cuál es el público al que va dirigido Anqa TV?

Esa es una de las cosas más difíciles para cualquier medio de comunicación. Tú puedes hacer mucho estudios previos, análisis, *focus groups*, etc. Para cualquier producto uno trata de identificar medianamente su público para de otra manera correr riesgos bien grandes, y en nuestro caso nosotros hicimos ese trabajo. Identificamos más o menos ese público pero la única forma de comparar que ese cálculo esté bien hecho es probando ese público con el producto y viendo el retorno, el *feedback*, para hacer las correcciones del caso. Y ese es un paso que todavía está en pos de hacerse. Ese es el problema. El público estaba pensado de la siguiente manera, la televisión de señal abierta se divide a nivel socio económico a nivel C, D, E. El público A, B es claramente consumidor de cable o incluso no consume televisión tal como la conocemos, y su incidencia respecto del público general es muy pequeño porque es un grupo muy reducido. Tú puedes construir contenido para ese público pero es un espacio muy pequeño que demanda una inversión muy alta. Eso lo está haciendo Frecuencia Latina. Es el canal que está más dirigido al público A, B, dentro de la señal abierta.

Nosotros muy claramente habíamos establecido nuestro público dentro del segmento socio económico C, D, E. Dentro de ese segmento ubicamos con una ligera preferencia al público femenino, grosso modo 60% público femenino y 40% público masculino. Por lo tanto la oferta construida tendría que dirigirse más al público femenino. Y en términos de edad nos ubicamos más o menos debajo de los cuarenta años. O sea personas de niveles socio económico C, D, E, mujeres de entre 18 y 40 años. Digamos que ese era el perfil muy grueso de nuestro público. Lo que no quiere decir que ese perfil nos lleve a dirigir contenido solo para ese público, por ejemplo noticieros, series deportivas, y otros tipos de contenidos están dirigidos a otros públicos. En realidad lo que trata de hacer un medio de comunicación, específicamente un canal de televisión es construir franjas de programación, y cada franja de programación alimenta más a un público que a otro. Entonces de esa manera es que vas construyendo.

Otra cosa que debemos saber es que en el tiempo la preferencia del público ha evolucionado y un canal de televisión casi no produce para edades de debajo de los 13 años. Casi ya no se produce para esos públicos. Antes sí se hacía mucho pero ahora ya no. Ese público se ha vuelto exclusivamente para cable. O sea todos sus productos están en cable, no están en señal abierta.

Otro elemento es que al ser tan masivo el consumo de las mujeres en señal abierta entonces casi todos los canales empaquetan sus contenidos en un paquete muy grande dirigido a amas de casa y el otro elemento a tomar en cuenta es que el gran árbitro en esta toma de decisiones, de estas divisiones socio económicas es el medidor de audiencia que es Ibope. Entonces tú como productor televisivo puedes imaginar muchas estrategias pero todas estas estrategias tienen que estar en comunicación con tu análisis de mercado, el análisis de mercado en este momento lo hace un monopolio que está llevado adelante por la empresa Ibope Time. Por lo tanto todo, absolutamente todo, dentro de la perspectiva de un canal, vive bajo ese mundo, bajo el mundo del análisis de esta empresa de mediciones y los resultados que entrega diariamente, semanalmente esta empresa te hacen ver cuál es el tipo de contenidos que consume el público.

En nuestro caso como nuevo canal pensamos que podemos encontrar un cierto nicho dentro de este público interesado en contenido de mayor valor, porque es obvio que mujeres de 18 a 40 años, de niveles socio económicos C, D, E ya están mirando televisión en estos momentos, ya están viendo las novelas, ya están mirando los shows de entretenimiento y los noticieros, que son más o menos el orden en que se consumen los contenidos, y por lo tanto nosotros no vamos a ser un canal que les va a ofrecer un producto nuevo, al revés, nosotros salimos a ofrecerles ese mismo contenido porque tenemos contenidos similares a los de otros canales, pero con los niveles y los márgenes que señalaron al principio. Con un nivel que tiene un poco más de cuidado para no entrar en esa especie de exceso en el que ya la televisión de señal abierta en el Perú ha navegado durante mucho tiempo. Entonces la idea es que parte de este público interesado en esta oferta de este tipo pueda ir eligiendo entre esta oferta, no de manera exclusiva porque sería un poco errado pensar que puedes tener una audiencia cautiva, tú lo que puedes hacer es tener un producto determinado y que ese producto tenga un nivel de audiencia flotante, pero la gente hace zapping y se mueve, y va tomando decisiones respecto del contenido. Hay muy pocos canales y muy pocos programas dentro de los

canales que pueden reclamar para sí audiencias cautivas. Es muy difícil. Normalmente existe mucha explotación dentro de la audiencia.

¿Cuáles son las estrategias de Anqa TV para posicionarse en el público?

Esas decisiones desde un primer momento están claras. Yo quiero ofrecer un producto de calidad a las audiencias que he señalado antes. Como canal quisieras ofrecer lo mejor. Pero luego tienes que ver cuáles son tus límites. Tus límites son uno, tu capacidad de inversión económica, dos tu relativo desconocimiento del mercado, y estos elementos hacen que las decisiones estén muy interrelacionadas entre sí, entonces hay ciertos contenidos que tú tendrías, como canal, ganas de producir y de entregar a la audiencia que no lo puedes hacer en un primer momento. Te pongo un ejemplo, y muchas veces se ha hablado de esto en la crítica que se hace a la televisión de señal abierta.

¿Por qué la televisión de señal abierta en el Perú no tiene la capacidad de producir contenidos de ficción de mayor calidad como lo hacen muchos canales en el mundo? Desde Argentina, Brasil, Colombia, y ni hablar del contenido que se produce en el mercado angloamericano. La respuesta es porque es muy costoso. El canal top en el Perú que tiene más capacidad de inversión, como el mercado es muy pequeño no tienes la posibilidad de construir un producto de mucha calidad y de demanda de inversión como quisieras, es un problema que tiene en general cualquier medio de comunicación. Todos los canales comerciales viven de la publicidad, la inversión de la publicidad televisiva en el Perú, en términos respecto del PBI es la menor de América Latina, superada solamente por Bolivia, o sea que si comparas con el mercado argentino, uruguayo, colombiano, chileno, cualquier mercado, el Perú factura menos que cualquier otro mercado. Eso quiere decir que la madurez de este negocio, el crecimiento de este negocio es muy limitado, respecto de los países que nos rodean. Entonces ese es uno de los grandes limitantes, cómo construyes una programación, cómo construyes esta parrilla a partir de estos elementos que he mencionado antes.

Otro ejemplo, la novela es uno de los productos más rentables en la televisión peruana. Y en cuando al género de novela, Brasil, y específicamente la Red O Globo

hacen el mejor contenido. Había un momento en que el mejor canal de televisión en el Perú podía poner en estreno una novela de O Globo en el horario estelar. Esa posibilidad se ha roto en el tiempo porque ya no da la economía para hacerlo. No se puede comprar, un canal en este momento no tiene la capacidad de comprar una novela de estreno de O Globo porque es muy caro. Entonces tiene que esperar, y en este momento el canal que emite ese contenido es ATV, pero no es un canal de capitales peruanos. Es un canal que es un grupo mediático mundial liderado por un empresario mexicano que hace la compra de estos contenidos de O Globo para todos los canales de América Latina y es la única manera de que este canal puede colocar este contenido para el público.

Otro ejemplo el contenido más importante deportivo es el mundial de fútbol, ese contenido tampoco lo puede poner un canal, es muy caro, no lo pueden comprar, entonces quién lo compra, otra vez ATV, pero a través de esta estrategia, ese es el otro problema. Si te das cuenta mira el mercado argentino. Tienes tres o cuatro canales que pelean toda la parrilla. Mira el mercado mexicano, tienes dos canales que pelean todo el contenido y así por el estilo hay un nivel de concentración y de hecho en el Perú está pasando eso. Se está yendo a una concentración donde quedan pocos y donde es muy difícil hacer negocio y es muy riesgoso si es que no trabajas en esta estrategia de un conglomerado. Es una realidad mundial, veníamos de un universo en donde había mucha capacidad de poder trabajar en condiciones de diferencia y de grupos pequeños a esto nuevo. Entonces esta es una de las limitantes a la hora de la construcción de una parrilla.

¿Cuáles son los problemas o retos que ha tenido que asumir la programación de Anqa TV?

El momento inicial de un medio de comunicación cuando recién va a sacar su oferta al público es el momento, es el espacio que nadie quisiera ocupar porque vienes de cero, no tienes un pasado al que aferrarte y todo lo que tú pones a la mesa para que el producto funcione con el público es pura apuesta. Miremos por comparación cómo es que funciona en la industria. Cualquier medio de comunicación con tres, cuatro o cinco

años de historia tiene un tracking de lo que funciona y qué no funciona a partir del *feedback* que te da el rating y a partir de los estudios que tú puedas hacer entonces la toma de decisión de cómo es que enfrentas una parrilla de programación en un nuevo año o una nueva temporada siempre se alimenta de estos elementos, siempre hay un *feedback* al que tú puedes recurrir para las decisiones. Entonces tú puedes apostar y decir en la franja de siete a ocho vamos a innovar y vamos a poner una serie deportiva, es un riesgo que corres, pero en el resto de casos ya sabes lo que funciona y lo pones y esa es tu estrategia.

En nuestro caso nada de lo que hemos estado haciendo tenía un tracking hacia atrás para sostenerse entonces todo es una apuesta y por lo tanto la labor de programación tenía que estar marcada por atisbos de lo que funciona o de lo que funcionaría en ciertas horas y con determinadas audiencias mirando el consumo del público. Pero otras veces todo bajo indicios y a pesar de que tú puedes hacer grupos focales y trabajar un poco algo de estudio, como te dije, siempre es una incógnita. El principal problema siempre es ese, cuando tú inicias te falta *feedback*, te falta conocimiento del mercado, te falta información para poder tomar las mejores decisiones, tener más seguridad. Después está todo el tema económico porque es evidente que tu límite de inversión siempre te va a marcar posibilidades e imposibilidades. Tanto para la compra de contenido como para la inversión de producción propia. En ambos casos un límite muy fuerte es el tema económico.

El otro tema es, digamos, tú quieres construir una marca nueva con estos nuevos enfoques que hemos mencionado, y para hacerlo la única herramienta que tienes entre manos es la programación, o sea es lo que te define. Entonces si tú quieres construir esa nueva marca. Entonces tú podrías seguir una estrategia de hacer algo completamente nuevo que no se ha hecho antes. Por ejemplo, en estos momentos cuánto espacio le dan los canales al tema ecológico, casi cero. Entonces tú dirías qué pasaría si este canal se enfoca mucho en ese tema y pone mucho contenido de ese tipo, y eso podría funcionar, pero como he dicho antes es tan incierto, y como tienes la obligación como empresa de ser rentable, para poder ser sostenible en el tiempo, entonces al momento inicial tienes que ir por algo “más seguro”. Y esa seguridad se da solo mirando un poco el escenario de consumo actual.

Entonces todos los elementos innovadores o las cosas que tú quieres colocar, las cosas distintas están reservadas para un escenario futuro. No es algo que tú puedes hacer ahora mismo sino que tienes que hacerlo más adelante cuando ya tengas una mejor rentabilidad, un mejor escenario de inversiones, una respuesta del público y ya puedes ir renovando. El ejemplo que ponía, yo como canal, si ya tengo cinco años manejando más o menos mi estrategia, puedo decir en el sexto año cojo una hora de mi parrilla y empiezo a colocar un contenido nuevo, distinto, que no se ha visto antes. Pero no es que esté arriesgando todo, pero tengo cierta seguridad en otro tipo de contenidos. Ese es un problema que limita mucho el trabajo en programación y el que explica mucho el hecho de que si tú haces un análisis de la parrilla vas a encontrar que básicamente replica el esquema de géneros o de franjas de cualquier otro canal de señal abierta.

Es muy difícil como te digo apostar por algo nuevo y jugar un riesgo muy alto, y con eso no quiero decir que con la programación que se está poniendo ahora no se corren riesgos, también se están corriendo riesgos. Pero son menores que ir a algo absolutamente nuevo. Entonces ese carácter innovador que muchas veces se le pide a un canal de televisión, en este caso particular en Anqa TV, es algo muy difícil de manejar a pesar de que tú lo quisieras hacer pero el problema tienes que verlo en ese contexto.

¿Cuál es la estructura interna del Anqa TV?

Estamos hablando de un medio de comunicación relativamente pequeño, respecto a lo que tú encontrarías en otros canales. Por lo tanto todo lo que son los órganos de gestión no son tan amplios ni grandes como encontrarías en otros medios. El órgano más importante es el directorio, inmediatamente después está gerencia general, y luego se creó un órgano intermedio más ejecutivo, que tiene el nombre de gerencia de canal, lo que en IRTP sería la gerencia de televisión. Y luego se construyeron cuatro áreas funcionales, cuatro gerencias. Una que es administración y finanzas, y bajo administración y finanzas cuatro sub áreas, tesorería, contabilidad, logística y recursos humanos.

La otra gerencia grande es la gerencia comercial, que tienen dos sub áreas que son marketing y ventas. Luego la otra gerencia grande es producción y programación,

dentro de esta área hay evidentemente las sub áreas de producción y programación. Y luego en la construcción del canal se incluyó dentro de esta gerencia al área técnica. Siendo que a futuro el área técnica tendría que evolucionar a una gerencia. Pero por ahora están en programación.

Y por último se creó la gerencia de prensa. Porque uno de los objetivos clave del canal es distinguirse por la oferta noticiosa. Entonces la producción en prensa no está contenida para producción y programación sino es un área aparte. Entonces tenemos dos áreas importantes, administración y finanzas, comercial, producción y programación y prensa.

¿Cuáles son las tareas principales del área de programación?

El área de producción y programación nace como un área bastante grande que debería evolucionar a dos áreas manejadas independientemente y cada una con responsabilidades que estamos hablando de producción por un lado y programación por otro lado. Pero en términos grandes la preocupación de esta área es la planificación, coordinación, supervisión y control de la producción y programación, así como la realización de los contenidos televisivos. O sea se encarga del producto. Es digamos un manejo más central del contenido porque si lo pones en un tema de flujo de trabajo el área de producción y programación construye el producto, empaqueta, le da forma al producto que junto con el producto prensa es utilizado como el principal elemento de la empresa para ser vendido por el área comercial y el juego funciona de esa manera. El producto sale de las manos de las dos áreas, el área comercial es quien se encarga de rentabilizar la venta de ese producto y utilizan todas las áreas. La base del sustento transversal del área de administración. Entonces ese es el objetivo principal.

Y ya en términos específicos el área de producción y programación debe de controlar, en la parte de producción, todos los procesos que incluyen la producción de los contenidos. Dado que el canal tiene la mira de producir otro tipo de contenidos que no son solamente prensa, sino contenidos de tipo general. Y también dentro del área de producción está todo el soporte creativo de los trabajos internos que tiene que tener el

canal para poder sacar la señal al aire. El control de la señal de televisión en su óptima salida al aire es el objetivo de la producción del canal.

Y por la parte de programación es un objetivo que va desde la evaluación y adquisición de los contenidos, tomando en cuenta que mucho de los contenidos son enlatados, luego la promoción y post producción de esos contenidos, y por último su entrega al área de producción manejada por el control maestro. Si lo miras haciendo un símil el área de producción y programación es como la cocina del canal que se encarga de construir el producto de cubrir todas las fases para entregar ese producto al público a través de la señal televisiva.

¿Cuál es el perfil del editor de programación?

El objetivo del editor de programación es editar y post producir los programas pregrabados, programas de archivo, tandas comerciales y tandas promocionales, de acuerdo al plan de programación. Entonces es una labor que se ubica funcionalmente dentro del plan de programación. Digamos que el plan de programación tiene cuatro fases a groso modo.

Una fase de evaluación y adquisición de contenidos, otra fase de edición y post producción, otra fase de promociones y la última fase de ingesta de contenidos en el servidor para la salida al aire. Es funcionalmente cómo trabajas con el contenido. Y el valor que tiene que tener un editor de programación para el canal es que debe identificar todos los problemas que puede tener un contenido para resolverlos antes de su entrega a la siguiente fase. Que ya viene a ser la parte o de promociones o de salida de emisión. Por lo tanto es un elemento clave en el flujo de programación, en el flujo de trabajo del canal. Porque es efectivamente quien hace el puente de control de calidad del producto. Digamos que está dentro de las funciones que se le asignan es un elemento clave.

¿Cuál es el porcentaje de la programación que es producido por Anqa TV?

En un primer momento, al momento del lanzamiento, el canal tenía 75% de contenido adquirido, enlatado de diferentes maneras y un 25% de producción propia, esa es la proporción. Todo lo que se pone en parrilla puede ser o contenido de estreno o contenido repetido, tú pones una serie de estreno y luego esa misma serie la repites en otro momento, igual puedes poner un programa de opinión, un noticiero o un magazine en una hora determinada de estreno y luego la repites en la programación. Esto es importante verlo porque digamos que un canal que nace de cero es muy difícil que pueda tener capacidad para tener todas sus horas con contenido de estreno.

Entonces cuando tú ya ves la proporción del contenido enlatado entre sumando estrenos y repeticiones ese porcentaje sube y el contenido propio es ya mucho menor colocado en la parrilla. No pasa del 15%. Así que más del 80% del contenido es contenido enlatado. Y la planificación es que poco a poco y año a año la producción local va creciendo, pero al punto de que en cinco años la producción local aporta el 40% del contenido del canal mientras que el 60% siguen siendo enlatados. Digamos, en una estrategia global, el canal mayoritariamente coloca contenidos enlatados en la parrilla.

¿Cómo catalogar el tipo de promociones que hacía Anqa TV?

El objetivo de una promoción es captar de manera inmediata la atención del público. Tú puedes imaginarte muchos elementos alrededor de esa idea pero si es que tú no consigues a través de la promoción enganchar, captar la atención del público para que pueda ver ese contenido que tú estás prometiendo, entonces no tiene sentido. Teniendo muy claro ese objetivo, los componentes más importantes para construir esa promoción y por lo tanto también evaluarla, tienen que ver con elementos de enganche. O sea dinamismo, frescura, claridad en el mensaje, una dosis de emoción para generar justamente esa respuesta emocional en el público. Digamos esos elementos se evalúan, y se evalúan de manera, digamos subjetiva, a partir de las gerencias y de las jefaturas y de las asesorías que también se han contado.

En ese punto el elemento más importante es el *feedback* final del público. Lo que se tenía o estaba pensado hacer era testear todos estos productos frente a una audiencia limitada. Para ver cómo es que funcionaba, es algo que se hizo de manera limitada, con ciertas personas, pero no se llegó a hacer una cosa más amplia. Por lo tanto no hay una medición mucho más clara. Otra vez, como todos los otros elementos, es un producto que si está bien promocionado es fácil que tenga más audiencia. O que tenga un horario no adecuado o en general que su ubicación en la parrilla no esté bien. Por lo tanto esa también es una evaluación que se tiene y que el producto ya sale al aire.

Entonces por el momento tampoco es bueno hacer una evaluación muy exhaustiva del elemento. O sea como los otros elementos, están siempre pendientes de que el producto como tal salga al aire y que tú tengas una respuesta del público. Pero en términos inmediatos tienes ciertas condiciones que para la construcción de un contenido audiovisual de promoción tiene que cumplir. Lograr ese objetivo de enganche con el público. Y estos elementos en gran medida son subjetivos. Cómo sabes si está funcionando o no está funcionando una pieza audiovisual de promoción. Es como los comerciales que salen a través de un medio de comunicación. Impulsados por una marca.

Al final la única fórmula para saber si ha funcionado o no ha funcionado es su nivel de incidencia en el retorno de la inversión. En cuanta gente compra o no compra ese producto. Cuánta gente va o no va a ese concierto promocionado por esa pieza audiovisual, por lo tanto cuánta gente ve o no ve ese programa de televisión a partir de la promoción que tú has hecho.

ANEXO 2

Entrevista a Ángela Delgado, gerente de televisión del IRTP. Sobre la programación de TV Perú y los flujos de trabajo que existen bajo su dirección, en el canal del Estado.

“Los retos están en cómo crear más vínculos con la gente.”

Ángela Delgado nos habla sobre los lineamientos de la televisión pública para planificar e implementar una programación cultural, educativa y utilitaria que sintonice con la audiencia.

¿Qué objetivos trata de cumplir TV Perú con su parrilla de programación?

Primero que estás en el canal del estado, que tiene una misión, un objetivo, una meta diferente a los otros canales. Este canal es básicamente de servicio público, maneja fondos públicos, entonces su programación está orientada al servicio, a poner contenido que signifique algo para la gente, que aporte algo para la gente, hasta el entretenimiento tiene que ser pensado en términos de inclusión, tiene que ser pensado en entretenimiento saludable, sano para la familia que no haya factores que perturben la comunicación fluida con la gente. Son aspectos que se toman en cuenta todo el tiempo.

Todos los que trabajamos en el área de programación, este es el núcleo, este es el punto de partida. Aquí se inicia todo hacia la pantalla. Se hace un despacho, pero impacta todo el tiempo sobre las líneas de producción. La gente de programación no está en los estudios, no está en las móviles, está en un despacho, está en una oficina, sin embargo el trabajo que realiza impacta en mucha gente. Si yo un día no hago mi parrilla de programación, este cuadro de acá, para todos los usuarios, internos y externos, incluyendo el público, si un día no sale, la gente se desconcierta y aquí mismo no saben qué va, qué no va, que se pone, que no se pone. Partiendo de ahí, es una labor básica, vital para todo el engranaje televisivo.

Este canal del estado tenía una señal. Es el TV Perú que lo vemos a nivel nacional. El día de hoy ya tiene cuatro señales. Esta área maneja los cuatro canales, programa para los cuatro canales. Mi cargo es jefa de programación, sino que he

asumido también la labor de la gerencia de programación. Pero básicamente yo soy la jefa del área.

¿Cuáles son las funciones principales del área de programación?

Primero interiorizar los objetivos y estar en sintonía con el perfil del canal. En una programación ya hay una estructura básica porque ese es un previo por el que hay que pasar. Si tú vas a formar un canal, vas a crear un canal, estos lineamientos tienen que estar súper sintonizados con las fórmulas que tiene el canal, con el presupuesto que tiene el canal, con los personajes que involucra el canal. Todo el tiempo hay una relación directa entre la coherencia del público al que tú quieres llegar con la forma en la que quieres llegar. Son cosas muy importantes.

Por ejemplo si tú piensas en un programa cómico para Tv Perú porque es válido que queramos llegar al público de diferentes maneras, la comedia puede ser un factor bien importante, pero no podría pensar en un programa como Al Fondo Hay Sitio o Risas y Salsa. Tendría que pensarlo de otra manera. Es más nosotros hemos tenido programas cómicos y los creadores no han sabido interpretar lo que nosotros buscábamos. Un cómico dice: “cómo voy a hacer comedia sin hablar del cojo, del tuerto, del manco, del minusválido, del negro, del chino, del cholo, del hombre, de la mujer, ellos no lo conciben. Entonces es una tarea muy difícil que esos personajes que vienen a producir acá tengan interiorizado el perfil y la forma en que nosotros necesitamos dirigirnos al público.

Es un canal bien sensible porque maneja fondos públicos y la gente siente que es su canal. Cuando a nosotros nos llaman la atención y nos jalan la oreja alguien que nos llama y es un televidente nos dicen: “ese es mi canal, o sea ustedes tienen que hacerme caso, yo te digo qué tienes que hacer”. Ellos sienten que es su canal. Está pagando sus impuestos, su plata está allí. Entonces por qué no escucharlo. Imagino que en otros canales la comunicación con el público es diferente, pero nuestro caso es así por el hecho de manejar fondos públicos. Cuando tenemos toda esa coherencia, todo ese perfil, toda esa estructura armada, ya viene el tema del día a día. Para llegar a ese punto hay mucho trabajo que hacer.

Para el próximo año sería bueno tener un programa cómico, sería genial tener un tema de conciertos musicales, de día, que llegue a la gente y decimos ya, pero no puede ser lo que están haciendo los demás, cómo hacemos que se vea que es un trabajo de servicio, que no hay tema de usufructo, que no estamos exacerbando las minorías, que no es que queremos aprovecharnos de las personas que viven en Lima Norte o Lima Sur, para beneficiarnos nosotros como imagen.

¿Quiénes discuten las características que debe tener cada programa?

En este canal hay un comité de pantalla que está integrada por la gerencia de televisión, el área de programación, está la gerencia general, la gerencia técnica, gerencia de prensa, está siempre asesoría legal, el tema administrativo, en realidad son casi todas las gerencias de línea que son parte del comité de pantalla. Y las decisiones que se toman allí son las que repercuten a veces en todo el año. Ellos hacen sus propuestas, el área de programación hace sus propuestas, a mí se me pueden ocurrir muchas propuestas, pero ¿dónde es el lugar para proponerlas? En el comité de pantalla. Uno solo no decide, es una conversación y se agota todo. Porque son diferentes ángulos y a veces uno no ve el tema editorial, el otro está viendo solo el tema operativo, el otro solo ve el tema técnico, entonces nos nutrimos todos, dentro de nuestras competencias porque todos los que estamos sentados allí sabemos para quiénes estamos trabajando. Y sabemos que hay cosas que se descartan por sí mismas.

Es tan sólido ahora, en la estructura del canal, las fórmulas que se tienen para llegar a la gente que si yo pusiera algo que no va, que no es coherente y no va en la línea, inmediatamente se nota. O sea no tengo que pensar mucho. Esa es labor de programación, programación se tiene que adelantar, prever, anticipar la respuesta del espectador. Aquí es bien sensible, este horario no es posible.

Las ideas surgen, las fórmulas surgen, en tanto todo el equipo es muy creativo, pero el área de programación es la que monitorea las acciones que van a terminar en pantalla. Y pueden decir vamos a hacer este programa y el área de programación dice: oye no, el horario adecuado para ese programa es en la tarde, donde los demás canales están en esto, en eso y en ello, entonces sería una alternativa perfecta, la familia está en

ese momento, no hay nada más que ver, entonces ese es el lugar, el nicho. Allí es donde entra la labor del programador, canaliza de alguna manera para que la ubicación en cada uno de los slots de la parrilla de programación sea el ideal. A veces nos liga, a veces no nos liga. A veces tenemos muchos estudios, como mis otros colegas de los canales privados y no la chuntamos, porque si no estamos mirando al televidente y siguiéndolo es posible que él esté en otra cosa y nuestra percepción sea totalmente errada.

¿Qué porcentaje de toda la programación de TV Perú es producción propia?

Casi el 100%. Producimos para los cuatro canales. En realidad para los tres. Para TV Perú, Para TV Perú HD, para TV Perú 7.3, y ahora para TV Perú 7.4 que es el canal cultural. Todavía no estamos produciendo para el canal 7.4 porque hay que conceptualizar el canal. Esa es nuestra tarea del 2015. Pero en este momento sí producimos para tres canales. Estamos al aire con cuatro, pero producimos para tres. Hay meses que tenemos cantidad gruesa de películas por tema de cesión de derechos, tenemos toda la temporada de enero, febrero, marzo, tratamos de tener películas, eso es material enlatado cedido. Y cuando hacemos ese tipo de movimientos en la parrilla por la temporada de vacaciones nuestro porcentaje de producción propia se reduce, pero por cosas como esa, coyunturales. Entonces podríamos hablar de una producción propia de 99%.

Podría hacer una lista de las funciones principales del área de programación. En realidad son tres labores gruesas. La selección, el ordenamiento y luego la ejecución. Son tres labores gruesas que se contemplan y entre una y otra hay otras mucho más pequeñas. Antes de sacar un programa revisar lo que va ser un piloto. El ABC de un proyecto de televisión, primero pasa por nosotros, si nosotros le vemos potencial, si vemos que encaja lo presentamos al comité, sino se queda aquí, en carpeta, no pasa.

Una vez que pasa ya empieza a tomar forma, ya empieza a interpretarse en cómo encajaría a nivel macro, quién lo va a ejecutar, cuántas semanas va a tener, cuál va ser el presupuesto, si estará un año o solo medio año, cuántas temporadas tendrá.

Todo eso se habla en el comité que luego se traduce en la parrilla. Pero cuando ya forma parte de la parrilla, en el día a día, hay una agenda que llenar. Nosotros sacamos semanalmente la programación. Tenemos, a veces, una programación planificada y otras veces emitida, y entre la planificada y la emitida, tenemos a veces varias modificaciones. El área de prensa me dice que tiene algo, yo pregunto a qué hora, me dicen una hora tal, yo lo evalúo y vemos si la transmitimos o si lo grabamos y lo ponemos en otra hora.

Pero en el día a día para llenar la parrilla estamos trabajando muy de cerca con las áreas de producción, con todos los staff de producción, ellos son los que nos alimentan. Ellos hacen una presentación anual. Sucedió en el Perú a esta altura que es diciembre del 2014, ya tiene aprobada su lista de los cincuenta capítulos del 2015. Ya lo tiene aprobado, ya tiene sus sinopsis, ya tiene todo. Ya está pre produciendo para el próximo año. Entonces ya es simplemente ejecutar, ya solo es como gerencia de televisión darle todos los recursos para que pueda producir, comité de pantalla ya sabe cuáles son los capítulos.

¿La función de la autopromoción de sus contenidos está dentro de las funciones de programación?

Antes pertenecía a la división de programación. La división de programación en TV Perú es emisión, programación, todo lo que es control de calidad y era promociones también. Era un área. Ahora se ha convertido en una gerencia. Ha crecido muchísimo porque tiene que producir para cuatro canales, ya no puede ser un área. Ahora es una gerencia. La gerencia de teleeducación. Ellos reciben exactamente lo mismo porque son parte del comité de pantalla.

¿El área de programación trabaja directamente con el área de teleeducación?

En realidad programación está enlazada con el área técnica, si me va a llegar un concierto el área técnica me tiene que decir si los parámetros satelitales están bien, si no

hay ningún problema para el envío, las áreas de post producción me tienen que decir si terminan a tiempo con los capítulos de estreno, las áreas de producciones me tienen que confirmar que no hay ningún problema con su material y que grabaron todo ok, que puede entrar a parrilla, control de calidad me tiene que decir que ese programa está exacto, está bien, tiene esos tiempos, no se han excedido, no hay ningún contenido publicitario que afecte el contenido, no hay nombres malos escritos. Todas las áreas del canal están directamente conectadas con programación. Se alimentan de lo que programación produce y programación se alimenta de la información que ellos también hacen diariamente.

¿Cuáles son los principales retos o dificultades a los que se enfrenta el área de programación?

Hasta el 2013 era un tema de tecnología, cómo damos el salto. Ya estamos en el HD, cómo producimos tanto para HD, eso ya no es problema para nosotros. Ya producimos y transmitimos en vivo, la tecnología ya la tenemos. Ahora es cómo le damos un nuevo giro a nuestras producciones que ya están diez años al aire. Cómo las transformamos, cómo ellos también evolucionan en el contenido. Se nota en la tecnología, si tú ves en nuestros programas ya hemos adquirido un estándar, una línea gráfica, una línea de estilo, una línea visual importante, reconocible por la gente.

El HD ha sido un factor determinante pero los retos están en cómo crear más vínculos con la gente. 2014 hemos conseguido tener el fútbol de segunda de división, que nadie quería, que se menospreciaba, y nuestro eslogan era “Segunda división en una transmisión de primera” porque nosotros íbamos como si fuera la Champions, no importaba el lugar en donde estuviera, o muy modesto, o muy básico que resultara, al estadio de Villa El Salvador le hemos sacado el jugo, hemos transmitido allí muchos partidos, nos hemos ido con todos nuestros periodistas, con toda nuestra tecnología a transmitir un partido, para que la gente pueda darle valor, es más hemos logrado que los jugadores se sientan vistos, se han sentido ellos, después de mucho tiempo, observados, que la gente los reconociera, a nivel nacional han sido vistos.

Hemos acompañado a distintos equipos, dentro de nuestras posibilidades, porque los auspiciadores tampoco se comieron el pleito. Solo hubo un auspiciador que es el que nos permitió tener nuestro nivel operativo. Pero hubiera sido ideal que más auspiciadores hubieran sido parte de este proyecto. Hubiéramos podido viajar a provincia porque movilizar a treinta y cinco personas para una transmisión de fútbol en señal de alta definición es bien costoso. Esperamos el próximo año alcanzar ese estándar en provincia.

El mismo Domingo de Fiesta que los artistas no cobran. Nosotros no tenemos presupuesto para pagarles. Ellos van desinteresadamente y brindan una hora de espectáculo para la gente, nosotros escogemos el lugar, no avisamos a nadie, solo hablamos con serenazgo, con la policía por el tema de la seguridad, por ahí con la municipalidad, para que no se sorprenda que llegamos a un lugar, escogemos un lugar, cuando más arriba, cuando más cercano a la gente mejor para nosotros así nos cueste llegar. Nos cuesta a veces el doble llegar que ir, por ejemplo a Trujillo, pero lo hacemos, y los artistas van, y salen nutridos de energía porque ven las caras. Son peruanos que no tienen acceso a temas culturales, no tienen acceso a un evento, no pueden, priorizan la alimentación, la educación para sus hijos, la salud y a veces no tienen para entretenerse. Imagínate que un jueves en la tarde llegue un equipo, de pronto Dina Paucar, y abres la puerta de tu casa y Dina Paucar está cantando allí. Es una experiencia alucinante. La respuesta de la gente ha sido increíble.

Nosotros teníamos en ese espacio el fútbol de primera que lo hacíamos con Gol TV. Ellos se fueron a América por un tema empresarial, y nos quedamos con ese espacio y dijimos qué hacemos, cómo conectamos con la gente. ¿Y si hacemos esto? ¿Tú crees que hay gente que quiera venir y hacer lo que queremos hacer? Es un tema de servicio, la gente que va no va por un sol. Tú ves en el programa que la gente va saliendo poquito a poquito. Vamos armando, tenemos las imágenes de todo lo armado. La gente empieza a salir, se va pasando la voz hasta que termina en un fin de fiesta repleto. Ha ido Davys Orozco, Dina Paucar, Los Hermanos Yaipen, Grupo 5. Nosotros no cambiamos nada, solo llegamos, instalamos, no cambiamos absolutamente nada. El perro pasa, la niña se acerca, se acercan las señoras a saludar al cantante, no hay más que el tema de seguridad para que ellos puedan desarrollar su espectáculo, pero no hay más filtro. Y eso ha sido un gol, ha sido un éxito.

ANEXO 3

Entrevista a Elmer Olortegui, gerente de prensa de TV Perú.

“La mesa de informaciones es como un único estómago, del que se nutren todos los noticieros”.

Conocido como “El Paiche” por sus orígenes selváticos, Elmer Olortegui es una institución del periodismo televisivo. La entrevista se la hice mientras fue gerente de prensa de TV Perú, y conversamos sobre las rutinas de trabajo durante la producción de programas noticiosos.

¿Cuál es la distribución de las funciones del personal de prensa de TV Perú?

El 7.3 es un canal que emite el cable. En la parrilla de Movistar por canal 12 y en la parrilla de Claro por canal 14, entonces el 7.3 es un canal que sale por cable nada más, es televisión pagada. Es un canal que dedica toda su programación a noticias. Entonces esa programación, luego de las 24 horas está dividido en noticieros, en bloques de noticias, y en lo que se llama programas especiales, pero toda su programación es de índole periodístico, no tienen ningún componente que sea de entretenimiento. Desde ese punto de vista toda su programación es manejada por lo que se conoce como gerencia de prensa, ellos deciden toda su programación.

La fase de búsqueda de información de elaboración y de edición a cargo de una sola unidad que es la sala de redacciones, la sala de producción de noticias, allí es donde se mueven todos los elementos periodísticos, se hacen los cuadros de comisiones, la sala de edición es igual, es una sola, es un solo órgano productor de noticias para los dos canales. El concepto es que hay una sola sala de redacción para los dos canales, y una sola sala de edición. La producción del contenido de la parrilla de TV Perú está a cargo de la gerencia de televisión.

¿Cómo se articula o a cargo de quién está el personal de esos dos canales?

Hay un gerente de prensa y a él responden directores de cada noticiero o de cada bloque. En el caso del 7.3 hay directores que manejan un noticiero y un bloque. Cada director arma su noticiero agarrando el material que va llegando, todo lo que mesa trae, es como un único estómago y ellos agarran eso, y esa es la mecánica.

El presentador en estudio anuncia la nota, el switcher lanza las notas editadas en vivo, eso va al control maestro y eso va al morro y se transmite, ese es el flujo. Las notas editas también van al sistema. En el switcher deciden que nota sale. En el Switcher está el director, está el telepromptista, está el titulero, está el lanzador del video, está el director de cámara, está apuntando, porque en el estudio hay cuatro cámaras, dos que están en ángulo y una en grúa. Es enorme, es una sala enorme. Tienen los remotos, lo que se ve en cable, de las unidades fly, las unidades de microondas, también las previas, y también las pantallas de referencia de lo que estás trabajando, en donde puedes hacer combinaciones, dobles pantallas, etc. Y luego están los monitores de la competencia. El control maestro no está en el mismo espacio, está en el piso subsiguiente y se le conoce como área técnica.

Los enlaces en vivo siempre se hacen con unidades móviles, hay maletas pero no se utilizan. Siempre hay un equipo para operar las unidades microondas y un coordinador de campo. Los horarios de trabajo están divididos en tres turnos, el primer turno es de 7 de la mañana a 3 de la tarde, el segundo turno es de 3 de la tarde a 11 de la noche y el tercer turno es de 11 de la noche hasta las 7 de la mañana. El personal que opera switcher responde a la gerencia técnica.

¿Cómo interactúan las gerencias para la emisión de un noticiero?

La gerencia de prensa trae todo el material, para emitir, trae el contenido de prensa, y usa su switcher, pero a su switcher van el director, o sea el ponchador, más el lanzador, todo el personal excepto el director y el coordinador de audio, el telepromptista, etc, todos pertenecen a la gerencia técnica.

ANEXO 4

Parrilla de programación de Anqa TV.

GRILLA DE PROGRAMACION Nov - Dic 2014 - ANQA TV

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HORA
06:00 - 06:30	EL MUNDO DEL ARTE					LOS LATINOAMERICANOS Serie documental	EL MUNDO DEL ARTE (R)	06:00 - 06:30
06:30 - 06:57	YO ME LIBRO						YO ME LIBRO (R)	06:30 - 06:57
06:57 -07:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							06:57 -07:00
07:00 - 07:30	ANQA NOTICIAS (Rep.)						AUTORES EN VIVO (R) Musical uruguayo	07:00 - 07:30
07:30 - 08:00								07:30 - 08:00
08:00 - 08:30	COCINA DE LA ABUELA - Serie de cocina					FESTIVALIANDO Musical colombiano (R)	FESTIVALIANDO Musical colombiano (R)	08:00 - 08:30
08:30 - 08:57	MUCHO CORAZON - Telenovela							08:30 - 08:57
08:57 -09:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							08:57 -09:00
09:00 - 9:30	A DONDE VA SOLEDAD - Telenovela					EL SABOR DE LA VIDA Serie de cocina	EL SABOR DE LA VIDA (R)	09:00 - 9:30
09:30 - 10:00						COME BIEN Serie de cocina	COME BIEN (R)	09:30 - 10:00
10:00- 10:30	OTRA EN MI - Telenovela					DE MODA Y DISEÑO	LOS LATINOAMERICANOS (R)	10:00- 10:30
10:30 - 10:57						A PULSO CREAR FUTURO		10:30 - 10:57
10:57-11:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							10:57-11:00
11:00 - 11:30	TABÚ - Telenovela					ESCRITORES EN PRIMERA PERSONA	CONTRAMANO (R)	11:00 - 11:30
11:30 - 12:00						YO ME LIBRO Serie cultural	EL MUNDO DEL ARTE (R)	11:30 - 12:00
12:00 - 12:30	TIERRA DE VIAJEROS					CONTRAMANO	13 TRIBUS / BANDERAS EN MARTE	12:00 - 12:30
12:30 - 12:56	AL NATURAL - Serie ecológica					EL MUNDO DEL ARTE Serie cultural brasileña	A PULSO CREAR FUTURO (R)	12:30 - 13:00
12:57-13:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							12:57-13:00
13:00 - 13:30	COCINA DE LA ABUELA - Serie de cocina (R)					LOS LATINOAMERICANOS Serie documental	ESCRITORES EN PRIMERA PERSONA (R)	13:00 - 13:30
13:30 - 14:00	MUCHO CORAZON - Telenovela (R)						YO ME LIBRO (R)	13:30 - 14:00
14:00 - 14:30	OTRA EN MI - Telenovela (R)					NAPA		14:00 - 14:30
14:30 - 14:57						TIERRA DE VIAJEROS	22 MEX MIX (R)	14:30 - 14:57
14:57 -15:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							14:57 -15:00
15:00 - 15:30	TABÚ - Telenovela (R)					NUESTRA AMÉRICA (R)	ABRIENDO CAMINOS (R)	15:00 - 15:30
15:30 - 16:00						AL NATURAL (R)		15:30 - 16:00
16:00 - 16:30	NUESTRA AMÉRICA - Serie ecológica					ECOAVENTURAS	AUTORES EN VIVO (R) Musical uruguayo	16:00 - 16:30
16:30 - 17:00	AL NATURAL - Serie ecológica					EXPEDICION NATIBO VISA		16:30 - 17:00
17:00 - 17:30	NAPA - Serie juvenil					ABRIENDO CAMINOS Hacia un Perú mejor	TIERRA DE VIAJEROS (R)	17:00 - 17:30
17:30 - 18:00	FUZION Deportes extremos	YO QUIERO SER (R)	RECINTOS DE GLORIA (R)	MUCHO MAS QUE UN JUEGO (R)	ENTRENANDO PARA GANAR (R)		ECOAVENTURAS (R)	17:30 - 18:00
18:00 - 18:30	A DONDE VA SOLEDAD - Telenovela (R)					POR DEPORTE (R)	EXPEDICION NATIBO VISA (R)	18:00 - 18:30
18:30 - 18:57						22 MEX MIX Musical mexicano	POR DEPORTE (R)	18:30 - 18:57
18:57 - 19:00	CALENDARIO DE LA COMUNIDAD							18:57 - 19:00
19:00 - 19:30	YO QUIERO SER Deportes	Mucho Corazón - Telenovela (R)	MUCHO MAS QUE UN JUEGO Deportes	YO AMO A LEE T ALY Serie coreana	AMOR MUSICAL Serie coreana	YO QUIERO SER (R)	ENTRENANDO PARA GANAR (R)	19:00 - 19:30
19:30 - 20:00	RECINTOS DE GLORIA Deportes		ENTRENANDO PARA GANAR Deportes			MUCHO MAS QUE UN JUEGO (R)	RECINTOS DE GLORIA (R)	19:30 - 20:00
20:00 - 20:30	ANQA NOTICIAS					¿EN QUE ANDAS? (R)	FESTIVALIANDO Musical colombiano (R)	20:00 - 20:30
20:30 - 21:00								20:30 - 21:00
21:00- 21:30	LA LECTORA Serie dramática	LA LECTORA Serie dramática	NOTICIAS CALIENTES Serie comedia	CINE ESPECTACULAR	NUESTRA AMÉRICA (R)	AUTORES EN VIVO Musical uruguayo	¿EN QUE ANDAS? (R)	21:00- 21:30
21:30 - 22:00					AL NATURAL (R)			21:30 - 22:00
22:00 - 22:30	NUESTRA AMÉRICA (R)	¿EN QUE ANDAS? Programa de entretenimiento	FUZION (R)		¿EN QUE ANDAS? (R)	SALA 45 Cine peruano / latinoamericano	NUESTRA AMÉRICA (R)	22:00 - 22:30
22:30 - 23:00	AL NATURAL (R)		POR DEPORTE				AL NATURAL (R)	22:30 - 23:00
23:00 - 23:30	ANQA NOTICIAS (R)						MIRADAS Cine documental	23:00 - 23:30
23:30 - 24:00								23:30 - 24:00

Autor: ANQA TV

Informativos
Programas Femeninos & Familiares
Series juveniles
Series Coreanas
Series deportivas
Series documentales TAL
Películas
Series ecológicas
Series musicales / entretenimiento
Series prime time

Autor: ANQA TV

ANEXO 5

1. Tabla de control de las promociones para los programas.

PROGRAMAS	ENCARGADO	MAQUINA	VERSION 1min	VERSION 30seg	VERSION 20seg	NOTAS ADJUNTAS	Estado	Locucion
Al natural	LUIS	Disco 04	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Autores en vivo	ALFREDO	pc 4	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Mucho corazón	CLAUDIO	pc 4	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Expedición Natibo Visa	CLAUDIO/VANESSA	pc5/pc3	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Otra en Mí	LUIS	DISCO 2	listo	Listo	Listo	Falta Grafica	OK	tiene
El sabor de la vida	ALFREDO	pc 4	Listo	listo	listo	TERMINADO	OK	tiene
El mundo del arte	ALFREDO	pc4	Listo	listo	listo	TERMINADO	OK	tiene
Por deporte	SANDRA/ GONZALO	Disco 5/pc4	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	ok	tiene
A Donde va Soledad	LUIS	DISCO 2	Listo	Listo	Listo	Falta Grafica	OK	tiene
Tabú	LUIS	DISCO 2	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Come Bien	SANDRA/ JESUS	Disco 04 /pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Entrenando para Ganar	Carlos Santiago		Listo	listo	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
La cocina de la abuela	JESÚS	pc 1	Listo	Listo	listo	TERMINADO	OK	tiene
La Lectora	SANDRA/ JESUS	pc5 / pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Yo amo a Lee Taly	Carlos Santiago	PC3	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Mucho más que un juego	LUIS	HALL	Listo	Listo	Listo	TERMINADO	OK	tiene
Noticias Calientes	JESÚS	pc 1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	ok	NO TIENE
Nuestra América	VANESSA	pc3	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Fuzión	JESÚS	pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	NO TIENE
Recintos de Gloria	JHANS/JESUS	pc 2 /pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	TIENE
Yo quiero Ser	JESÚS	pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Amor Musical	CLAUDIO	Hall	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Tierra de viajeros	Gonzalo	Hall	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	TIENE
Abriendo Caminos	LUIS	PC 2	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	TIENE
Los latinoamericanos	Jesús	pc1	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Ecoaventuras	Alfredo	pc4	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Festivaliando	Sandra /Gonzalo	Disco 05/pc4	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene
Escritores en Primera Perso	LUIS	DISCO 3	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	TIENE
A Pulso a crear Futuro	Carlos santiago	PC3	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	TIENE
Moda y Diseño	ALONSO / SANDRA	PC5	LISTO	LISTO	LISTO	TERMINADO	OK	tiene

Autor: ANQA TV

2. Tabla de control de promociones para las películas.

PROGRAMAS	ENCARGAD	MAQUINA	VERSION 1min	VERSION 30seg
Película "El rey de la Habana"	JHANS	PC 2	LISTO	LISTO
Película "Amores locos"	SANDRA	PC 5	LISTO	LISTO
Película "Campamento Flipy"	JESÚS	PC 1	LISTO	FALTA
Película "El hombre de arena"	ALFREDO	PC 4	LISTO	LISTO
Película "La noche que dejo de llover"	claudio	HALL	LISTO	LISTO
Película "Quiéreme"	SANDRA	PC 5	LISTO	LISTO
Película "Shevernatze"	JHANS	PC 2	LISTO	FALTA
Película "Ana de los Angeles"	VANESSA	PC 3	LISTO	LISTO
Película "Retrato peruano del Perú"	LUIS	PC 2	LISTO	LISTO
Película "Encierro"	GERARDO	HALL	LISTO	LISTO
Película "Cada viernes sangre"	JHANS	PC 2	EN PROCESO	FALTA
Película "Entonces Ruth"	RICARDO	PC4	EN PROCESO	LISTO
Película "Trampas de tu lado oscuro"	VANESSA	PC 3	LISTO	LISTO

Autor: ANQA TV

ANEXO 6

Tabla de control de las promociones, un paso previo a la ingesta del material a control maestro.

DEPARTAMENTO DE PROGRAMACIÓN - ANQA TV - RUNDOWN DE PROMOS CON FECHA												
#	PROGRAMA	ID	Nombre de archivo	Duración	Motivo	Hora de emisión	Hora de repetición	Texto escrito cola	Emisión de spot			Texto Loc
									Días	Horas	Locutor	
1	La cocina de la abuela	ABUE-LUV-01	ABUE-LUV-01.mp4	01:00	Lun a Vie	9 am	1 pm	Lun a Vie La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Lun - Sab	08:30 - 16:00	M	La cocina de la abuela, Lunes a viernes, a las 9 de la mañana, sólo por Anqa TV, donde tu estás
2	La cocina de la abuela	ABUE-LUV-02	ABUE-LUV-02.mp4	00:30	Lun a Vie	9 am	1 pm	Lun a Vie La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Lun - Sab	08:30 - 16:00		La cocina de la abuela, Lunes a viernes, a las 9 de la mañana, sólo por Anqa TV, donde tu estás
3	La cocina de la abuela	ABUE-LUV-03	ABUE-LUV-03.mp4	00:20	Lun a Vie	9 am	1 pm	Lun a Vie La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Lun - Sab	08:30 - 16:00		La cocina de la abuela, Lunes a viernes, a las 9 de la mañana, sólo por Anqa TV, donde tu estás
4	La cocina de la abuela	ABUE-MAN-01	ABUE-MAN-01.mp4	01:00	Mañana	9 am	1 pm	Mañana La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Dom - Jue	16:00 - 20:00		La cocina de la abuela, mañana a las 9 am, sólo por Anqa TV, donde tu estás
5	La cocina de la abuela	ABUE-MAN-02	ABUE-MAN-02.mp4	00:30	Mañana	9 am	1 pm	Mañana La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Dom - Jue	16:00 - 20:00		La cocina de la abuela, mañana a las 9 am, sólo por Anqa TV, donde tu estás
6	La cocina de la abuela	ABUE-HOY-01	ABUE-HOY-01.mp4	01:00	Hoy	9 am	1 pm	Hoy La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Lun - Vie	06:00 - 08:30		La cocina de la abuela, hoy a las 9 de la mañana, sólo por Anqa TV, donde tu estás
7	La cocina de la abuela	ABUE-HOY-02	ABUE-HOY-02.mp4	00:30	Hoy	9 am	1 pm	Hoy La cocina de la abuela 9 am Rep. 1 pm	Lun - Vie	06:00 - 08:30		La cocina de la abuela, hoy a las 9 de la mañana, sólo por Anqa TV, donde tu estás
8	Amor Musical	AMUS-VIE-01	AMUS-VIE-01.mp4	01:00	Viernes	7 pm		Viernes Amor Musical 7 pm	Sab - Mie	Todo el día	M	Amor Musical, Viernes a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
9	Amor Musical	AMUS-VIE-02	AMUS-VIE-02.mp4	00:30	Viernes	7 pm		Viernes Amor Musical 7 pm	Sab - Mie	Todo el día		Amor Musical, Sábado a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
10	Amor Musical	AMUS-VIE-03	AMUS-VIE-03.mp4	00:20	Viernes	7 pm		Viernes Amor Musical 7 pm	Sab - Mie	Todo el día		Amor Musical, Domingo a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
11	Amor Musical	AMUS-MAN-01	AMUS-MAN-01.mp4	01:00	Mañana	7 pm		Mañana Amor Musical 7 pm	Jue	15:00 - 23:00		Amor Musical, Mañana a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
12	Amor Musical	AMUS-MAN-02	AMUS-MAN-02.mp4	00:30	Mañana	7 pm		Mañana Amor Musical 7 pm	Jue	15:00 - 23:00		Amor Musical, Mañana a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
13	Amor Musical	AMUS-HOY-01	AMUS-HOY-01.mp4	01:00	Hoy	7 pm		Hoy Amor Musical 7 pm	Vie	15:00 - 18:30		Amor Musical, Hoy a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
14	Amor Musical	AMUS-HOY-02	AMUS-HOY-02.mp4	00:30	Hoy	7 pm		Hoy Amor Musical 7 pm	Vie	15:00 - 18:30		Amor Musical, Hoy a las 7 de la noche, sólo por Anqa TV, donde tu estás
15	Al Natural	ARAL-LUV-01	ARAL-LUV-01.mp4	01:00	Lun a Vie	4:30 pm		Lun a Vie Al Natural 4:30 pm	Lun - Vie	Todo el día	H	Al Natural, Lunes a viernes, a las 4 y media de la tarde, sólo por Anqa TV, donde tu estás
16	Al Natural	ARAL-LUV-02	ARAL-LUV-02.mp4	00:30	Lun a Vie	4:30 pm		Lun a Vie Al Natural 4:30 pm	Lun - Vie	Todo el día		Al Natural, Lunes a viernes, a las 4 y media de la tarde, sólo por Anqa TV, donde tu estás
17	Al Natural	ARAL-LUV-03	ARAL-LUV-03.mp4	00:20	Lun a Vie	4:30 pm		Lun a Vie Al Natural 4:30 pm	Lun - Vie	Todo el día		Al Natural, Lunes a viernes, a las 4 y media de la tarde, sólo por Anqa TV, donde tu estás
18	Al Natural	ARAL-FDS-01	ARAL-FDS-01.mp4	01:00	Sábado	3:30 pm	Domingo 10:30	Sábado Al Natural 3:30 pm Rep. Domingo 10:30	Sab - Dom	Todo el día		Al Natural, sólo por Anqa TV, donde tu estás
19	Al Natural	ARAL-FDS-02	ARAL-FDS-02.mp4	00:30	Sábado	3:30 pm	Domingo 10:30	Sábado Al Natural 3:30 pm Rep. Domingo 10:30	Sab - Dom	Todo el día		Al Natural, sólo por Anqa TV, donde tu estás
20	Al Natural	ARAL-FDS-03	ARAL-FDS-03.mp4	00:20	Sábado	3:30 pm	Domingo 10:30	Sábado Al Natural 3:30 pm Rep. Domingo 10:30	Sab - Dom	Todo el día		Al Natural, sólo por Anqa TV, donde tu estás

Autor: ANQA TV